

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年一~三季度宠物耳部清洁市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 Pet Ear Cleaning Category Market Insights

2025年11月

尚普咨询集团
SHANGPU GROUP

尚普咨询集团作为中国领先的独立市场研究机构，自2008年成立以来，始终深耕市场研究领域，获得国家统计局首批颁发涉外调查许可资质，累计完成各类专业咨询项目逾20,000项，以深厚积淀持续赋能企业战略决策。

17年来，依托对超过15,000个消费品类的长期监测及千万级线上商家的动态追踪，结合对海量消费者样本需求特征与偏好的深刻洞察，尚普咨询持续在各类细分赛道构建专业、精准的市场研究体系。在消费需求持续迭代、市场竞争日益复杂的背景下，洞悉品类趋势成为企业制胜未来的关键。

2025年上半年，面对中国市场的新格局与消费趋势的变化，尚普咨询集团发布《洞察2025：消费趋势系列报告》。旨在通过专业的市场扫描与前瞻分析，揭示各品类的核心发展趋势、竞争态势及消费者行为变迁，为行业参与者提供权威的数据支撑与明晰的战略指引，助力把握2025年市场先机。

目录 CONTENTS

- 1 核心发现
- 2 品类洞察
- 3 消费洞察

核心发现1：女性主导宠物耳部清洁消费，中青年为核心



女性消费者占比62%，显著高于男性，主导宠物耳部清洁市场。



年龄集中在26-35岁(41%)和36-45岁(28%)，中青年是消费主力。



宠物主人自主决策高达67%，远高于兽医建议，消费自主性强。

启示

✓ 聚焦女性中青年市场

品牌应针对女性中青年群体设计产品和营销策略，强调便捷性和自主护理，以抓住核心消费力量。

✓ 强化自主决策支持

提供易于理解和使用的产品信息，减少外部依赖，增强消费者自主购买信心和忠诚度。

核心发现2：中低价位产品主导市场，价格敏感度高



单次支出21-50元占比最高达42%，中低价位产品市场接受度广。



价格接受度以21-40元区间为主(37%)，高价位产品接受度低。



价格上调10%后，42%继续购买，31%减少频率，显示价格敏感。

启示

✓ 优化中低价位产品线

品牌应聚焦开发21-50元区间的产品，平衡功能与成本，以扩大市场份额和吸引价格敏感消费者。

✓ 实施灵活定价策略

采用促销和捆绑销售等方式，缓解价格敏感度，同时维护品牌价值，避免过度依赖折扣。

核心发现3：品牌偏好强，产品功效是关键驱动因素



64%消费者优先或只购买品牌产品，品牌信任度高。



产品效果不佳是更换品牌主因(38%)，功效直接影响忠诚度。



国产品牌占比68%，远高于进口，功效和价格驱动偏好。

启示

✓ 强化品牌建设和信任

投资品牌故事和权威背书，如兽医推荐，提升消费者信任和忠诚度，巩固市场地位。

✓ 提升产品功效和体验

聚焦抗菌、温和清洁等核心功能优化，确保产品效果明显，减少因功效问题导致的客户流失。

核心逻辑：女性主导、中青年自主决策、健康需求驱动消费



1、产品端

- ✓ 聚焦中瓶包装和抗菌温和功能
- ✓ 优化产品功效，提升宠物适应性



2、营销端

- ✓ 强化专业兽医和真实用户推荐
- ✓ 利用线上渠道和社交圈层传播



3、服务端

- ✓ 提升智能售后和退货流程效率
- ✓ 加强宠物健康知识教育和引导

CONTENTS 目录

1	核心发现
2	品类洞察
3	消费洞察

- 2.1 研究说明
- 2.2 市场规模
- 2.3 品牌榜单
- 2.4 价格洞察
- 2.5 品类热词

1、研究内容

Research Contents

- **剖析** 2025年一~三季度各月天猫、京东、抖音的市场情况;
- **评估** 整体及各平台 CR10 市场集中度;
- **洞察** 宠物耳部清洁线上市场不同价位产品销量与销售额占比, 品牌布局;
- **分析** 热词词云, 洞察市场趋势与消费者需求。

2、研究对象

Research Object

- 研究对象为天猫、京东、抖音三大线上平台上销售宠物耳部清洁品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对宠物耳部清洁的购买行为;
- 宠物耳部清洁市场的整体线上销售趋势。

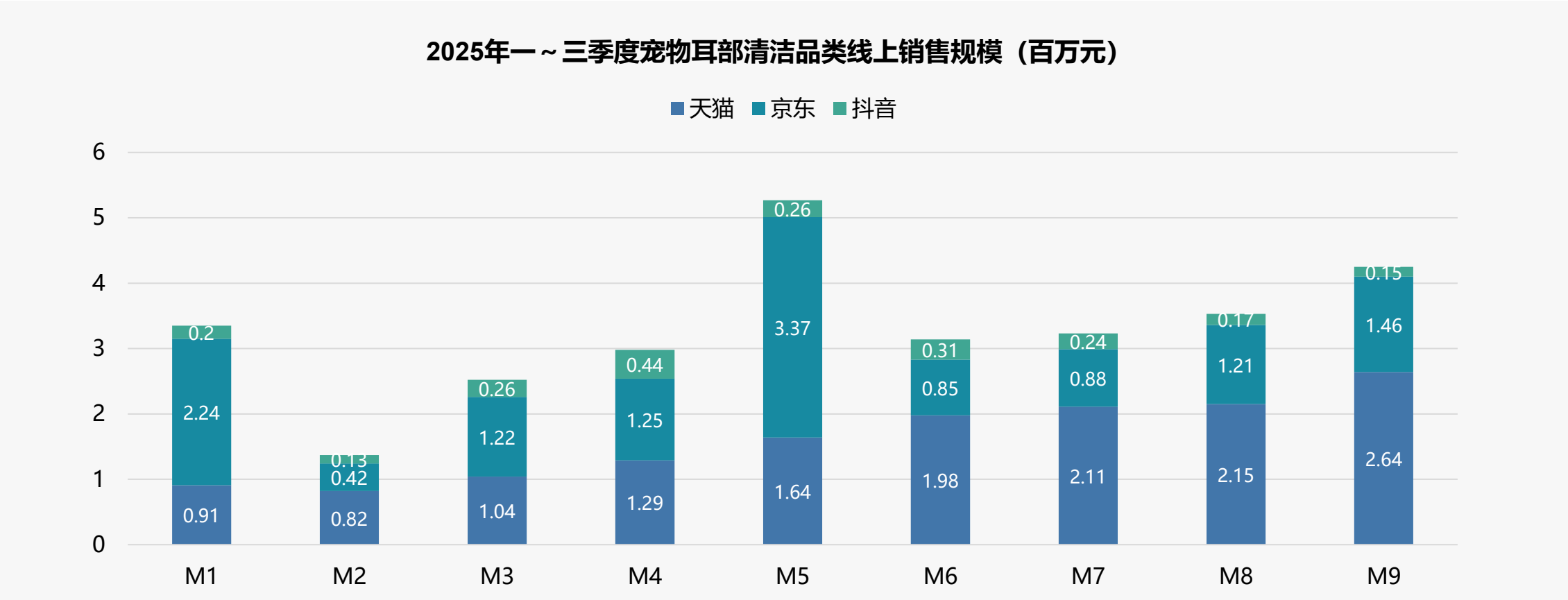
3、研究方法

Research Method

- **数据分析法**: 收集并整理天猫、京东、抖音线上销售数据, 运用数据分析工具与技术, 计算宠物耳部清洁品类销售额、销售占比、CR10 等关键指标, 量化分析市场规模、品牌竞争与价格情况
- **对比分析法**: 对比不同月份、不同平台宠物耳部清洁品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

天猫主导宠物耳清 抖音份额待提升

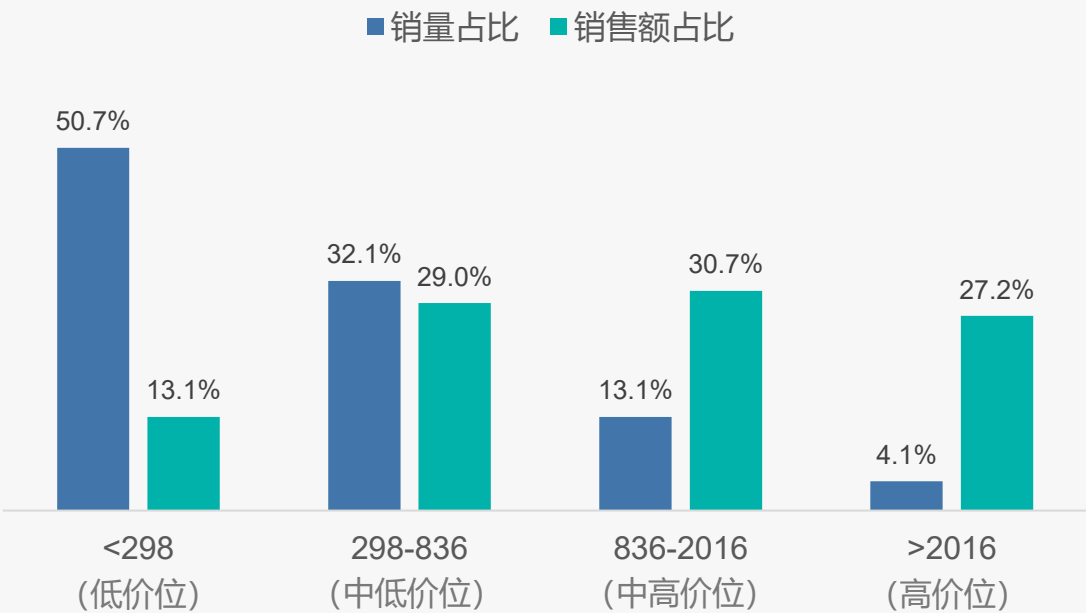
- ◆从平台销售额占比看，天猫、京东、抖音前三季度总销售额分别为1.45亿元、1.20亿元、0.22亿元，天猫占比最高达50.5%，显示其渠道主导地位；京东波动较大，抖音份额仅7.7%，需优化渠道策略提升ROI。
- ◆月度趋势分析显示，品类销售额从1月336万元增长至9月425万元，整体呈上升态势，尤其M5-M9连续高位运行；季节性因素可能驱动增长，建议加强旺季库存周转率管理。



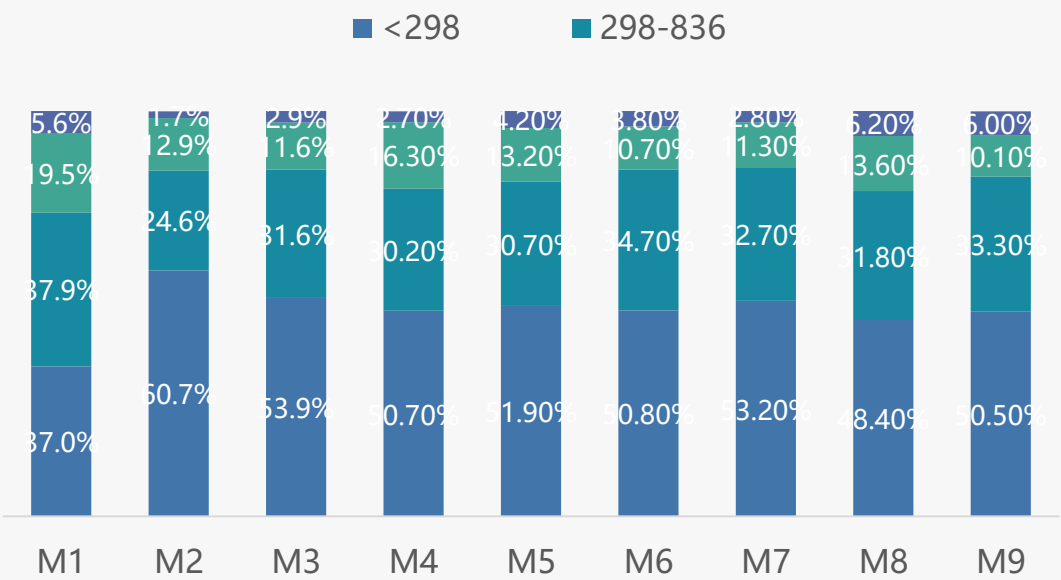
低价高销弱创收 中高价位利润主导

- ◆从价格区间销售趋势看，<298元低价位产品销量占比50.7%但销售额仅占13.1%，显示该区间产品周转率高但利润贡献低；298-836元和836-2016元中高价位合计销售额占比59.7%，是核心利润来源，需优化产品组合以提升ROI。
- ◆月度销量分布显示，<298元区间占比波动大（M1 37.0%至M2 60.7%），反映促销依赖性强；>2016元高价区间在M8-M9占比升至6.2%和6.0%，同比前期增长明显，表明高端市场渗透加速，但稳定性需关注。整体销售额结构失衡，低价产品销量主导但创收弱，中高端（298-2016元）销量占比45.2%却贡献59.7%销售额，建议加强中端产品营销以平衡销量与收入，避免过度依赖低价冲量。

2025年一～三季度宠物耳部清洁线上不同价格区间销售趋势



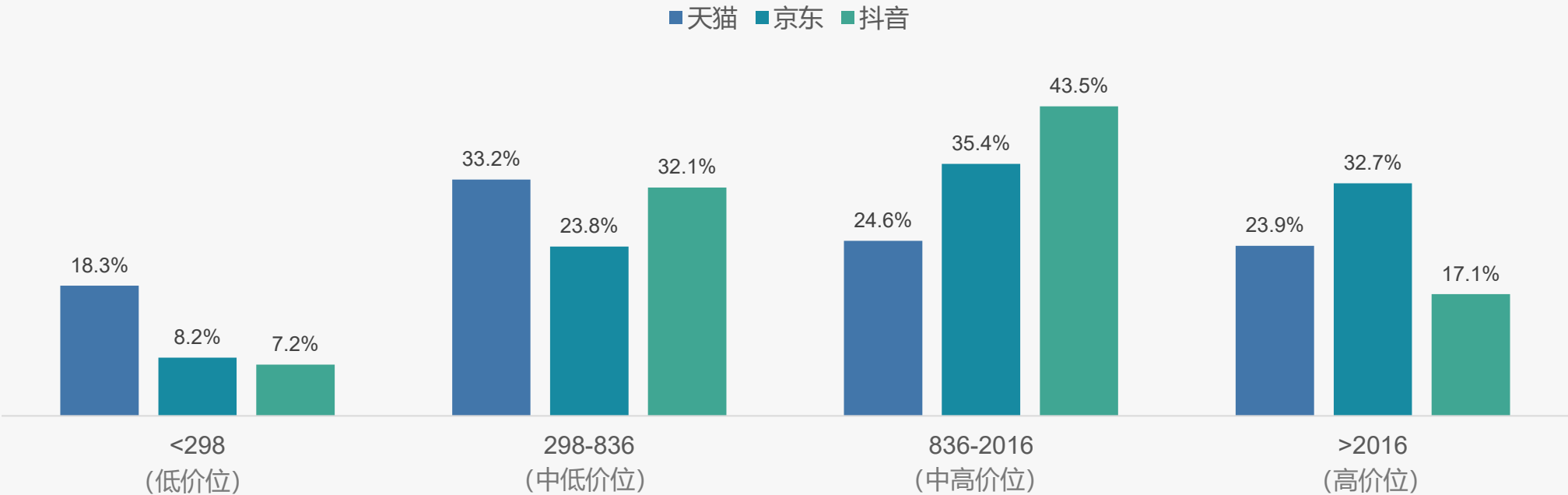
宠物耳部清洁线上价格区间-销量分布



宠物耳部清洁 消费升级 平台差异显著

- ◆从价格区间分布看，各平台消费结构差异显著。天猫在298-836元中端市场占比最高（33.2%），京东和抖音则集中在836-2016元高端区间（分别为35.4%和43.5%），反映京东用户更偏好高端产品，抖音通过内容营销成功推动中高端转化。低端市场（<298元）占比普遍偏低，天猫最高（18.3%），京东和抖音均低于10%，显示宠物耳部清洁品类消费升级趋势明显。
- ◆平台间价格带集中度分析：抖音中高端（298-2016元）合计占比75.6%，高于天猫（57.8%）和京东（59.2%），表明抖音渠道对价格敏感度较低，用户更易接受高客单价产品，建议品牌方加大抖音渠道投放以提升ROI。

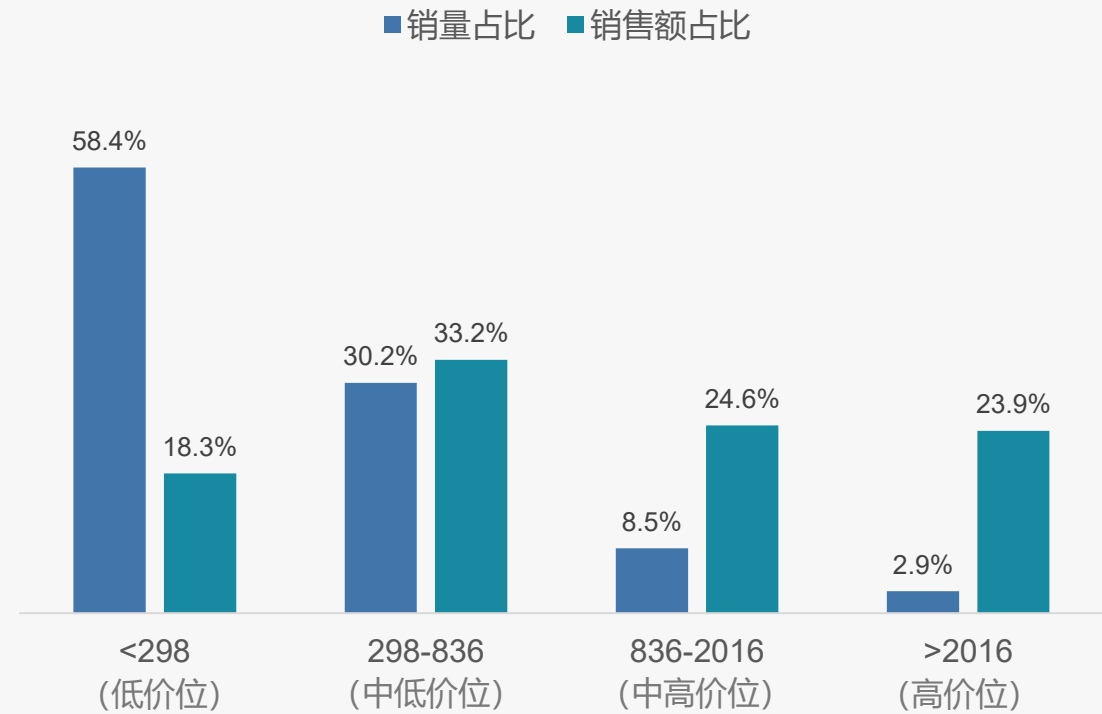
2025年一～三季度各平台宠物耳部清洁不同价格区间销售趋势



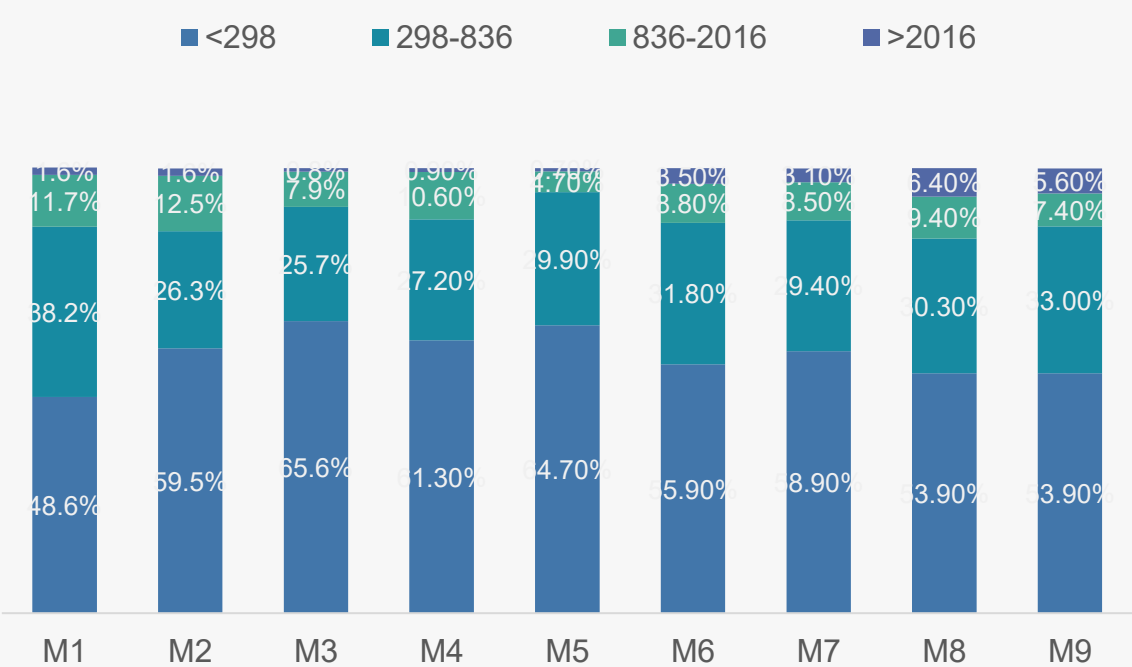
低价高销 高端高利 优化产品组合

- ◆从价格区间销量分布看，低价位（<298元）产品销量占比最高（58.4%），但销售额贡献仅18.3%，表明市场以价格敏感型消费者为主，高销量低毛利特征显著。中高价位（298-836元、836-2016元）销量占比合计38.7%，却贡献57.8%销售额，是核心利润来源，需优化产品组合提升ROI。
- ◆月度销量趋势显示，低价位（<298元）占比在M3达峰值65.6%后波动下降，M9降至53.9%；高价位（>2016元）从M1的1.6%升至M9的5.6%，反映消费升级倾向。但整体销量集中于低价，可能受促销活动影响，需监控库存周转率以防积压。

2025年一～三季度天猫平台宠物耳部清洁不同价格区间销售趋势



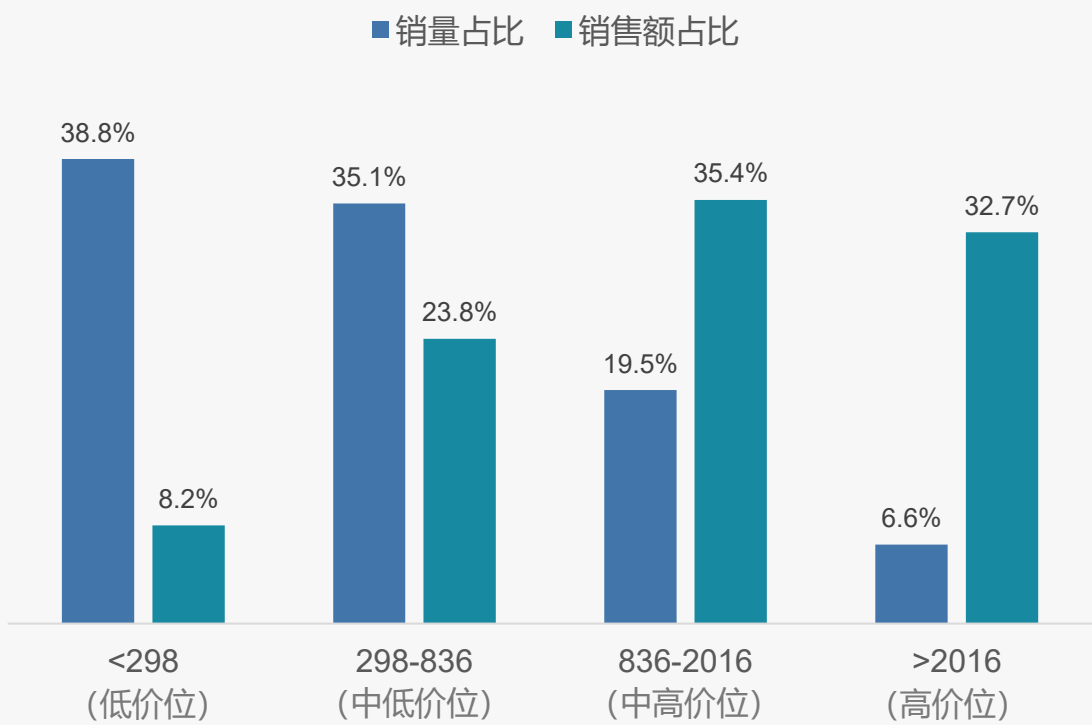
天猫平台宠物耳部清洁价格区间-销量分布



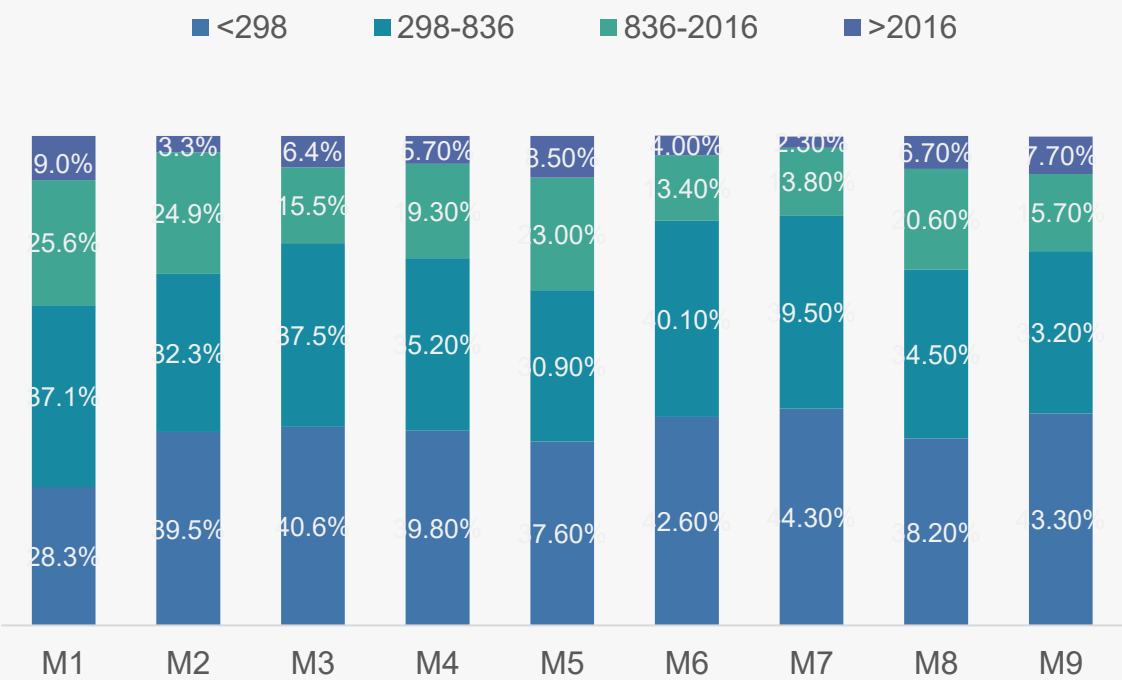
高端产品驱动利润 低价销量贡献有限

- ◆从价格区间销售趋势看，<298元低价位销量占比38.8%但销售额仅占8.2%，呈现高销量低贡献特征；而>2016元高价位销量占比6.6%却贡献32.7%销售额，显示高端产品的高毛利特性。298-836元中端区间销量与销售额占比相对均衡，是市场稳定支撑。
- ◆月度销量分布显示，<298元低价位在M6-M9持续走高，最高达44.3%，反映下半年价格敏感度提升；>2016元高价位在M2、M7出现明显下滑，可能受促销季低价冲击。整体价格带波动表明消费者购买行为受季节性营销影响显著。

2025年一~三季度京东平台宠物耳部清洁不同价格区间销售趋势



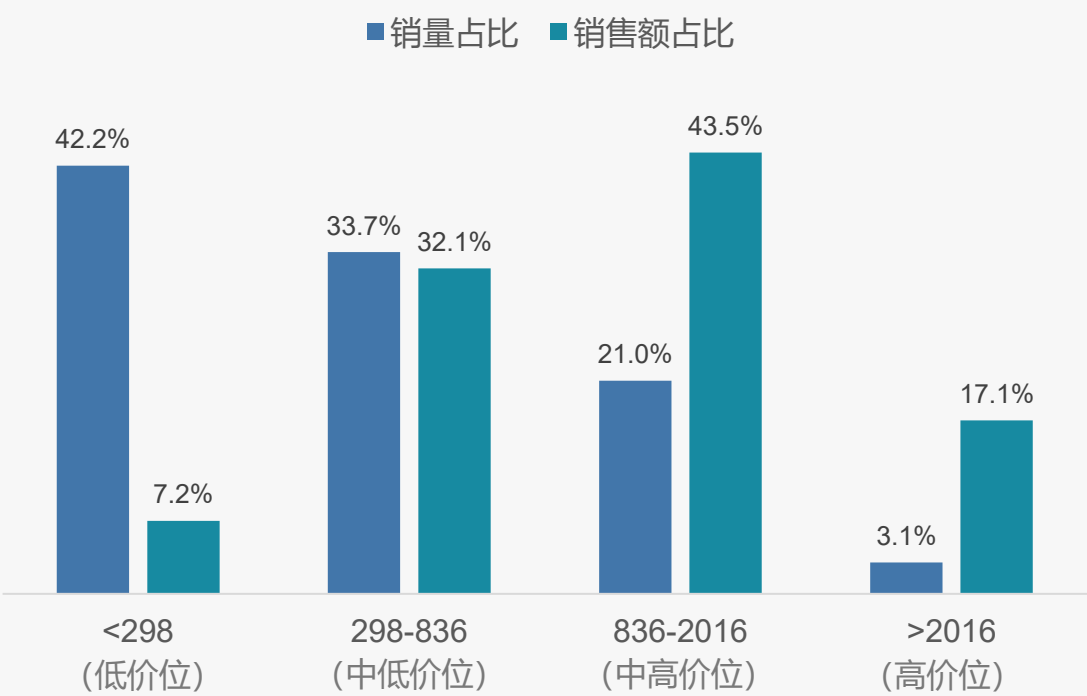
京东平台宠物耳部清洁价格区间-销量分布



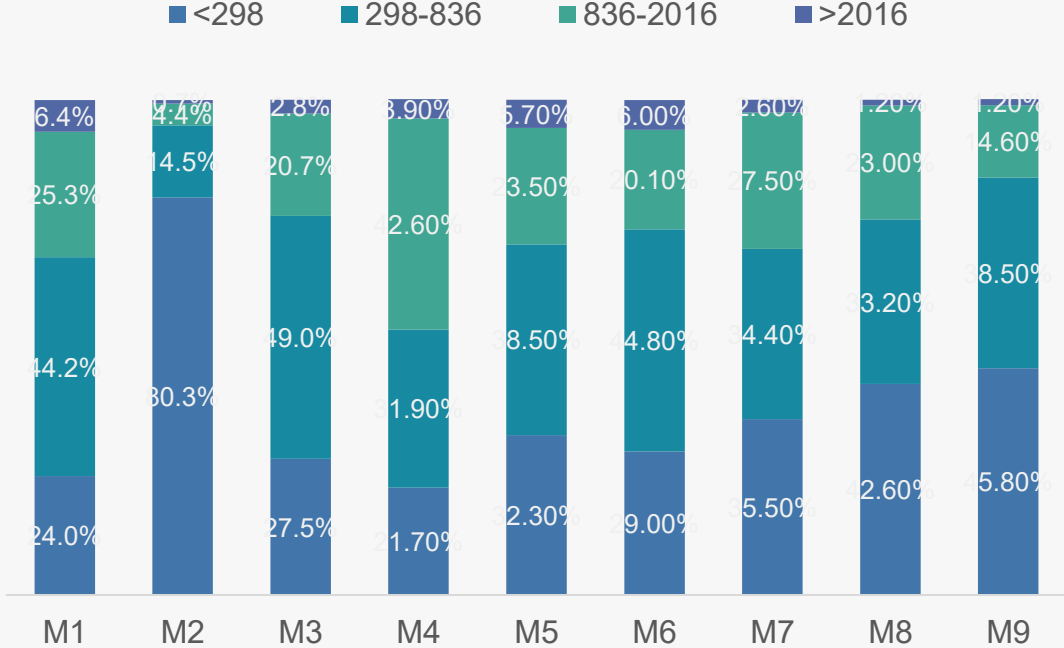
中高端主导市场低价周转高

- ◆从价格区间销售趋势看，298-836元和836-2016元区间是核心贡献者，分别占销售额32.1%和43.5%，合计75.6%，显示中高端产品主导市场；<298元区间销量占比42.2%但销售额仅7.2%，反映低价产品周转率高但ROI低，需优化产品组合以提升整体盈利能力。
- ◆月度销量分布显示价格结构波动显著：M2低价区间销量占比飙升至80.3%，可能受促销活动影响；M4中高端区间（836-2016元）占比42.6%，为季度峰值，表明消费者在特定月份更倾向高价产品；整体趋势中，低价区间占比从M1的24.0%升至M9的45.8%，暗示价格敏感度上升，需监控同比变化以调整库存。

2025年一～三季度抖音平台宠物耳部清洁不同价格区间销售趋势



抖音平台宠物耳部清洁价格区间-销量分布



CONTENTS 目录

1	核心发现
2	品类洞察
3	消费洞察

- 3.1 研究说明
- 3.2 基础画像及地域差异
- 3.3 消费者行为与场景模式
- 3.4 产品偏好与使用反馈
- 3.5 价格敏感度与支付意愿
- 3.6 品牌忠诚度与竞争者行为
- 3.7 社交传播与内容影响力
- 3.8 家庭决策与场景营销
- 3.9 数字化体验与未来需求

1、研究内容

Research Contents

- **洞察** 宠物耳部清洁消费行为、消费场景、消费模式;
- **剖析** 消费者产品偏好、使用反馈, 价格敏感度、支付意愿;
- **对比** 主要品牌忠诚度、品牌竞争行为、竞争烈度;
- **挖掘** 消费者营销潜力。

2、研究对象

Research Object

- 最近1年内购买过宠物耳部清洁的消费者;
- 性别、所在城市(一线、新一线、二线、三线) 平均分布;
- 聚焦家庭月收入中等水平(3-8万元) 人群;
- 聚焦家庭日常采购主要决策者。

3、研究方法

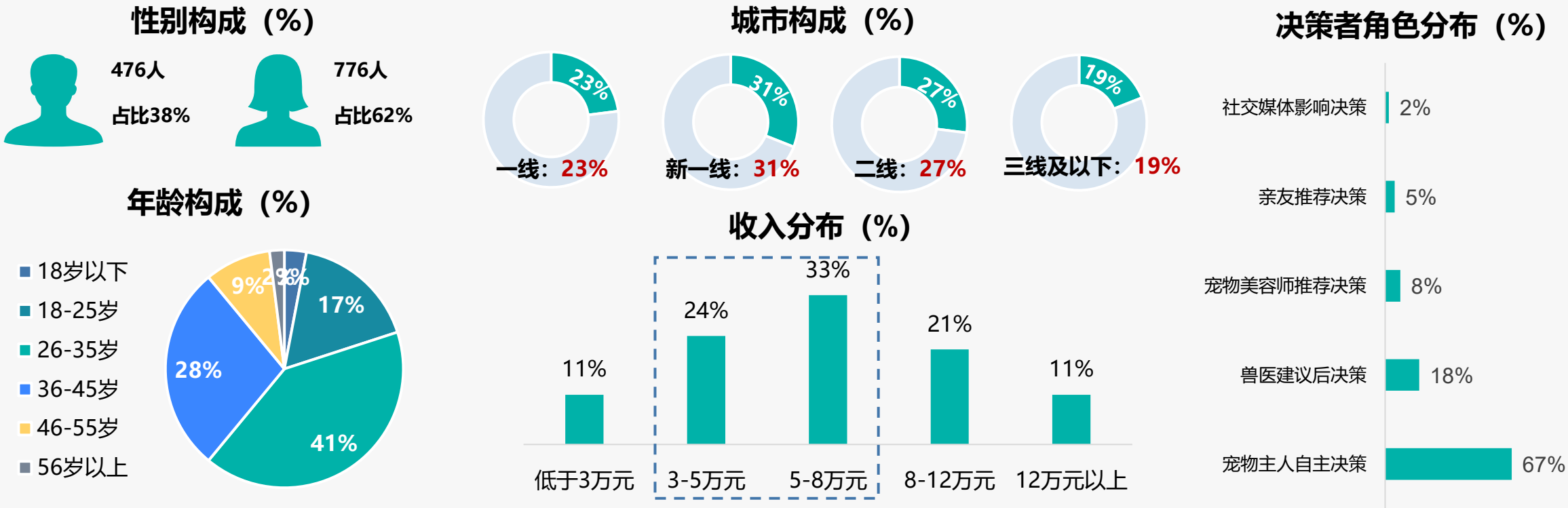
Research Method

投放形式	在线定量调研
投放区域	中国大陆(不含港澳台), 充分覆盖主要城市
投放时间	2025年9月
样本数量	N=1252

女性主导 自主决策 中青年消费

- ◆调查显示女性占62%，年龄集中在26-35岁（41%）和36-45岁（28%），中青年女性是宠物耳部清洁消费主力。
- ◆决策以宠物主人自主为主（67%），收入5-8万元群体占比33%，市场自主性强，中等收入人群主导。

2025年中国宠物耳部清洁消费者画像

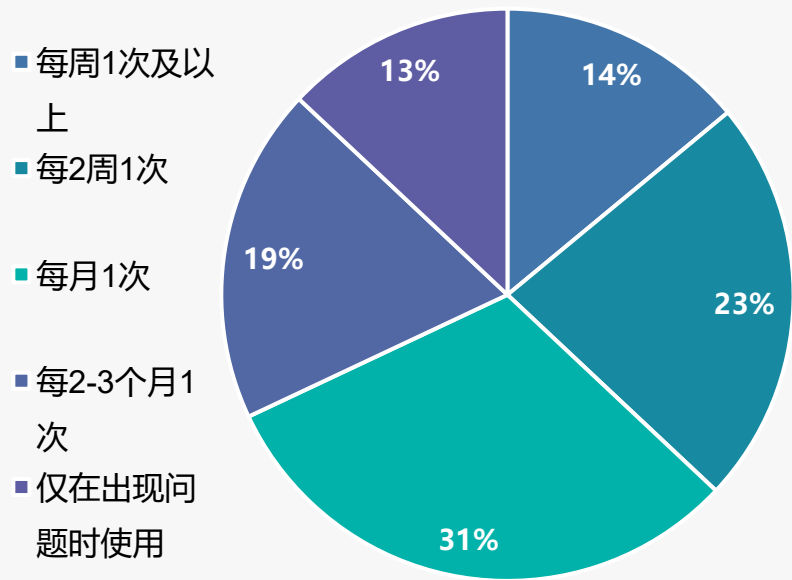


样本：宠物耳部清洁行业市场调研样本量N=1252，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

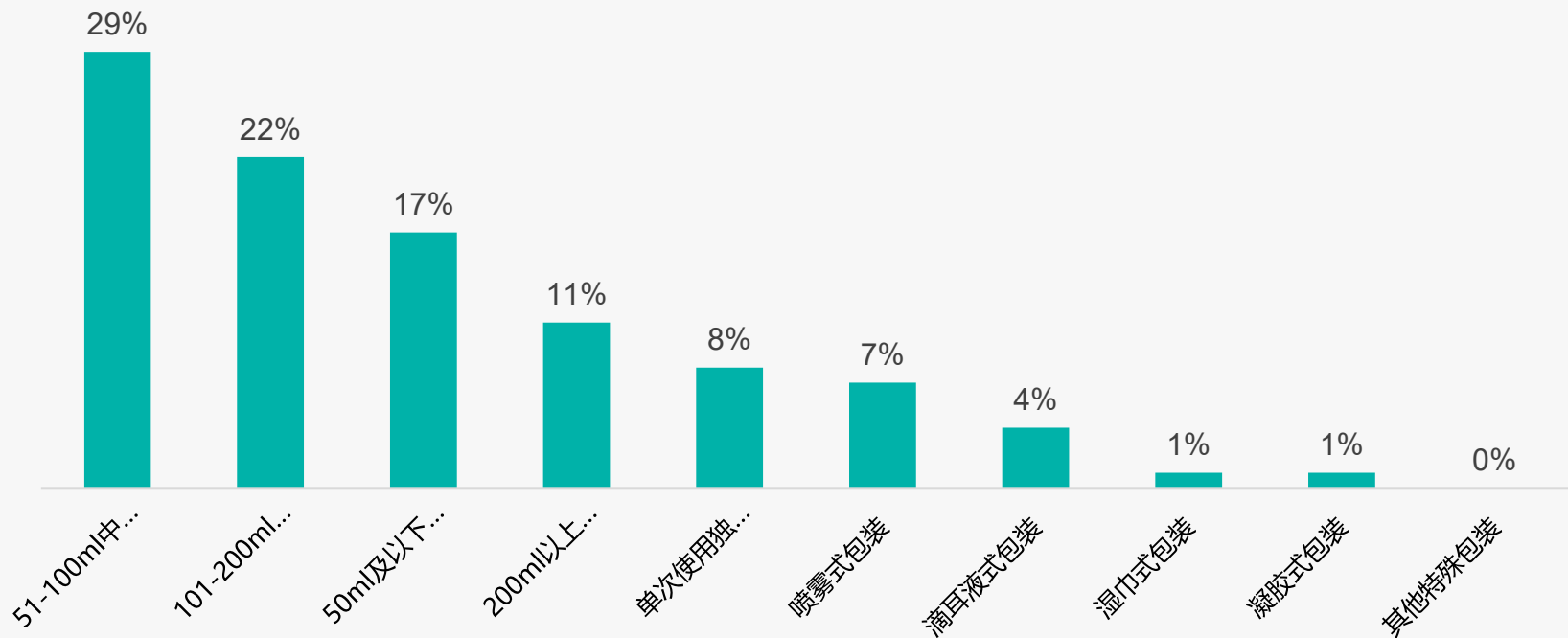
宠物耳部清洁 每月一次为主 中瓶装最受欢迎

- ◆宠物耳部清洁频率以每月1次为主，占31%；每2周1次占23%，每周1次及以上占14%。产品偏好中，51-100ml中瓶装最受欢迎，占29%。
- ◆仅在出现问题时使用清洁产品的用户占13%，提示被动护理需求。喷雾式包装占7%，滴耳液式占4%，传统液体形式仍主导市场。

2025年中国宠物耳部清洁频率分布



2025年中国宠物耳部清洁产品规格偏好分布

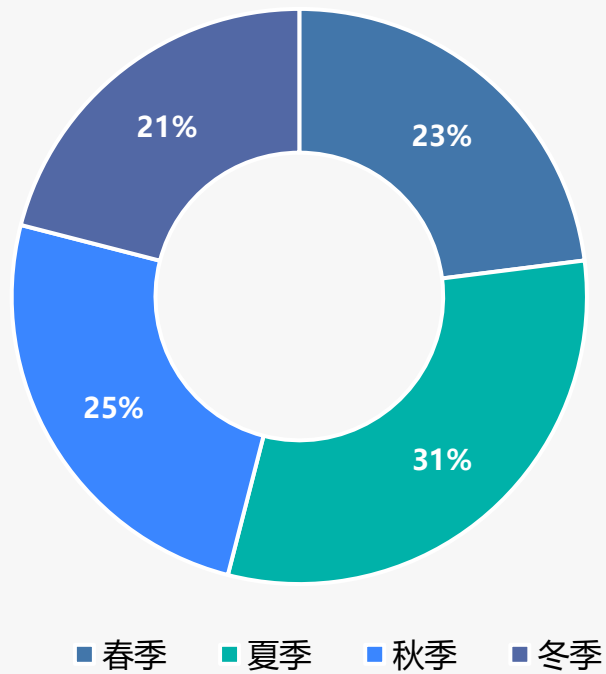


样本：宠物耳部清洁行业市场调研样本量N=1252，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

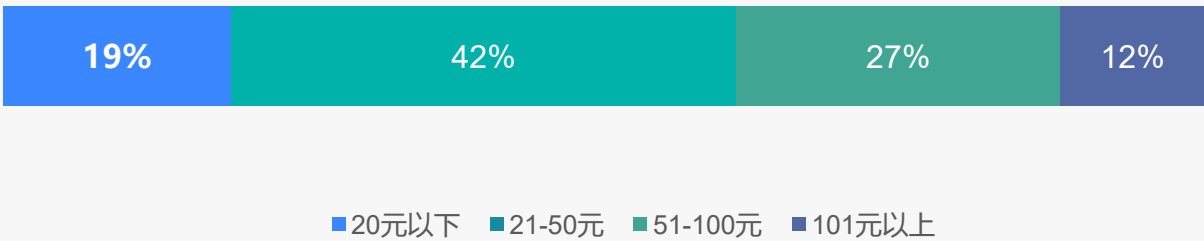
宠物耳部清洁 中等价位主导 夏季需求突出

- ◆宠物耳部清洁消费中，单次支出21-50元占比最高达42%，夏季消费占比31%显著高于其他季节，反映中等价位和季节性需求突出。
- ◆产品包装偏好塑料瓶装占38%，环保包装占23%，显示消费者在便利性与环保意识间寻求平衡的市场趋势。

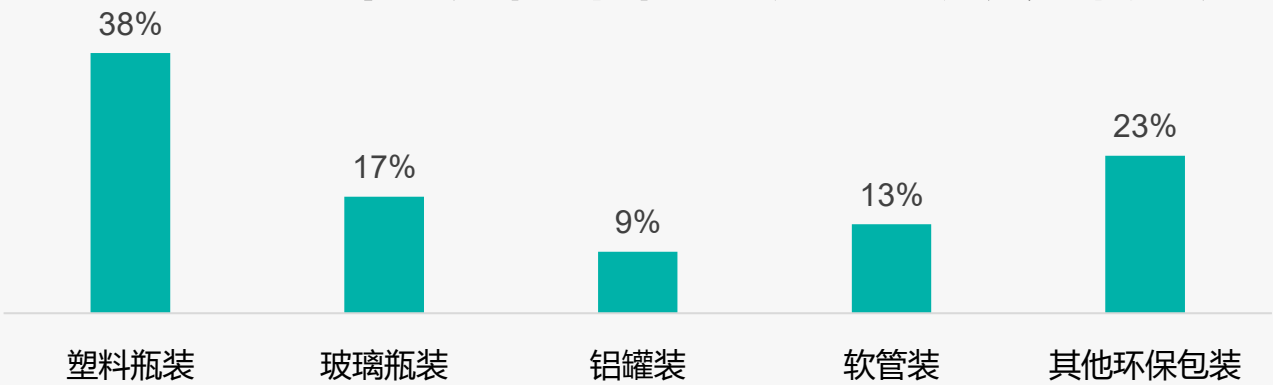
2025年中国宠物耳部清洁消费季节分布



2025年中国宠物耳部清洁单次支出分布



2025年中国宠物耳部清洁产品包装类型偏好分布

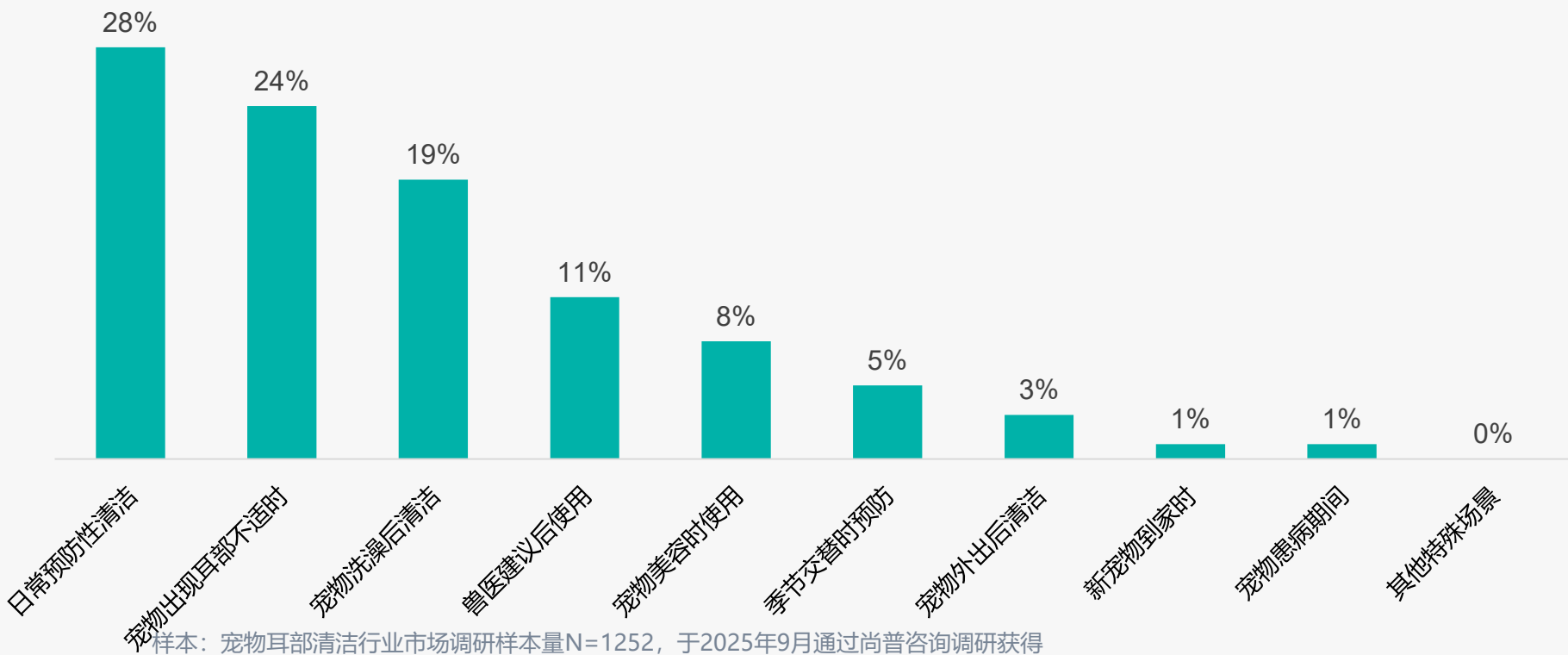


样本：宠物耳部清洁行业市场调研样本量N=1252，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

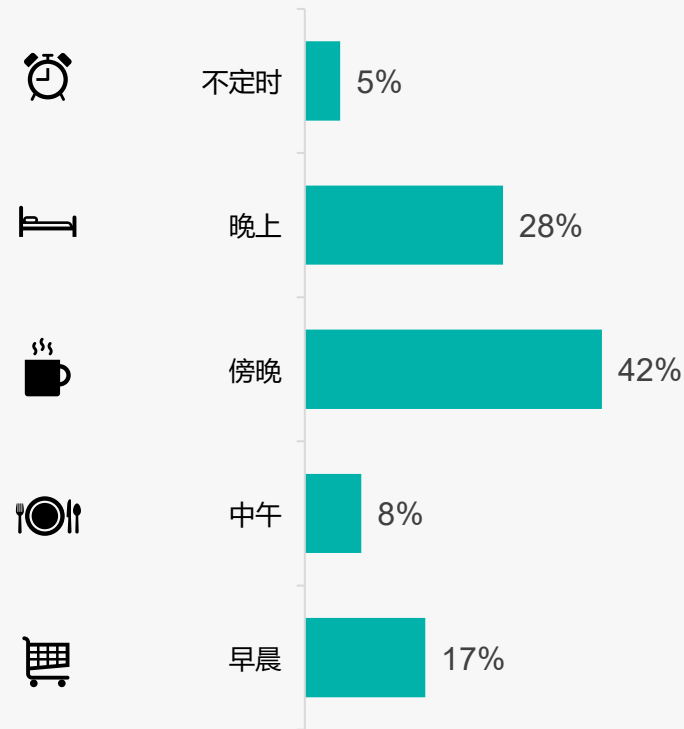
宠物耳部清洁 傍晚时段为主 日常预防优先

- ◆宠物耳部清洁场景中，日常预防性清洁占比最高（28%），宠物出现不适时使用占24%，显示消费者重视日常维护和问题驱动。
- ◆操作时段集中在傍晚（42%）和晚上（28%），可能与宠物活动后清洁习惯相关，早晨和中午时段使用较少。

2025年中国宠物耳部清洁使用场景分布



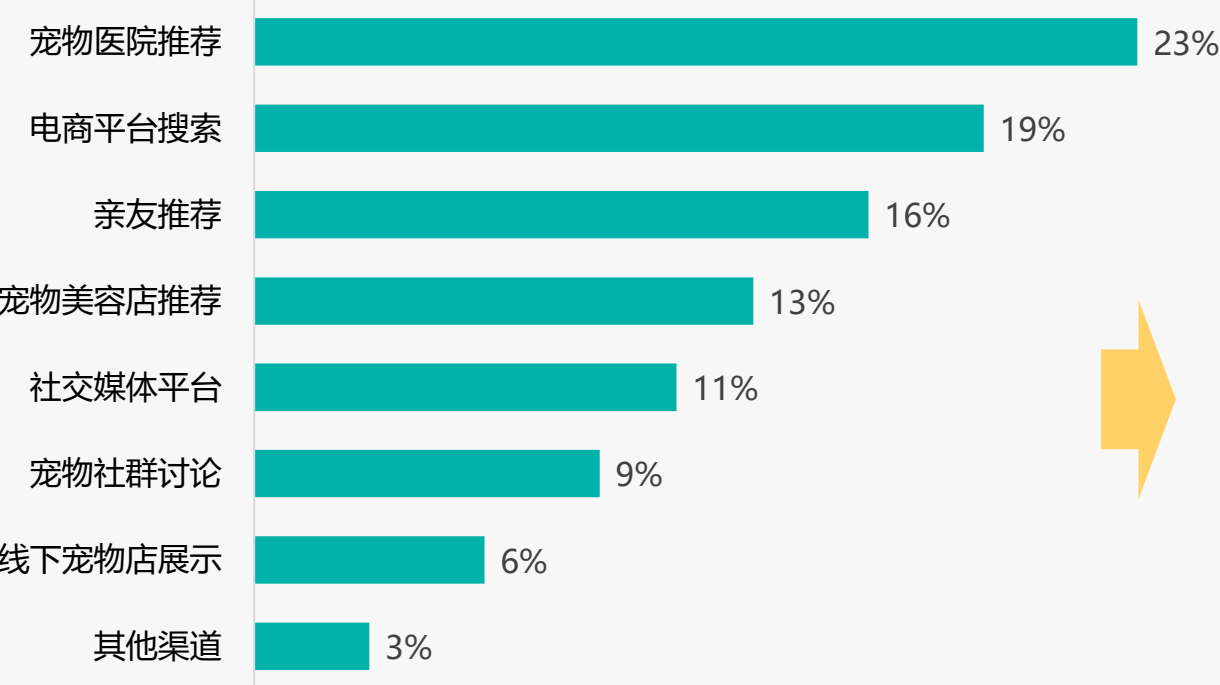
2025年中国宠物耳部清洁操作时段分布



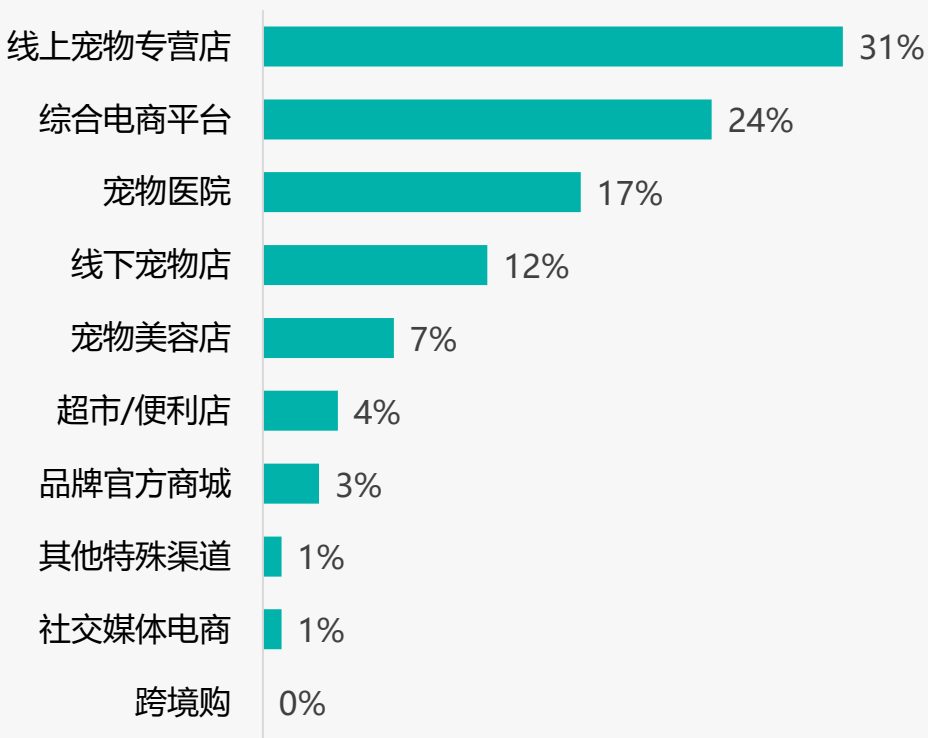
线上渠道主导宠物耳部清洁消费

- ◆宠物耳部清洁产品了解渠道以宠物医院推荐（23%）和电商平台搜索（19%）为主，专业推荐和线上搜索是消费者获取信息的关键途径。
- ◆购买渠道高度集中于线上宠物专营店（31%）和综合电商平台（24%），线上渠道占主导，而社交媒体电商转化率极低仅1%。

2025年中国宠物耳部清洁产品了解渠道分布



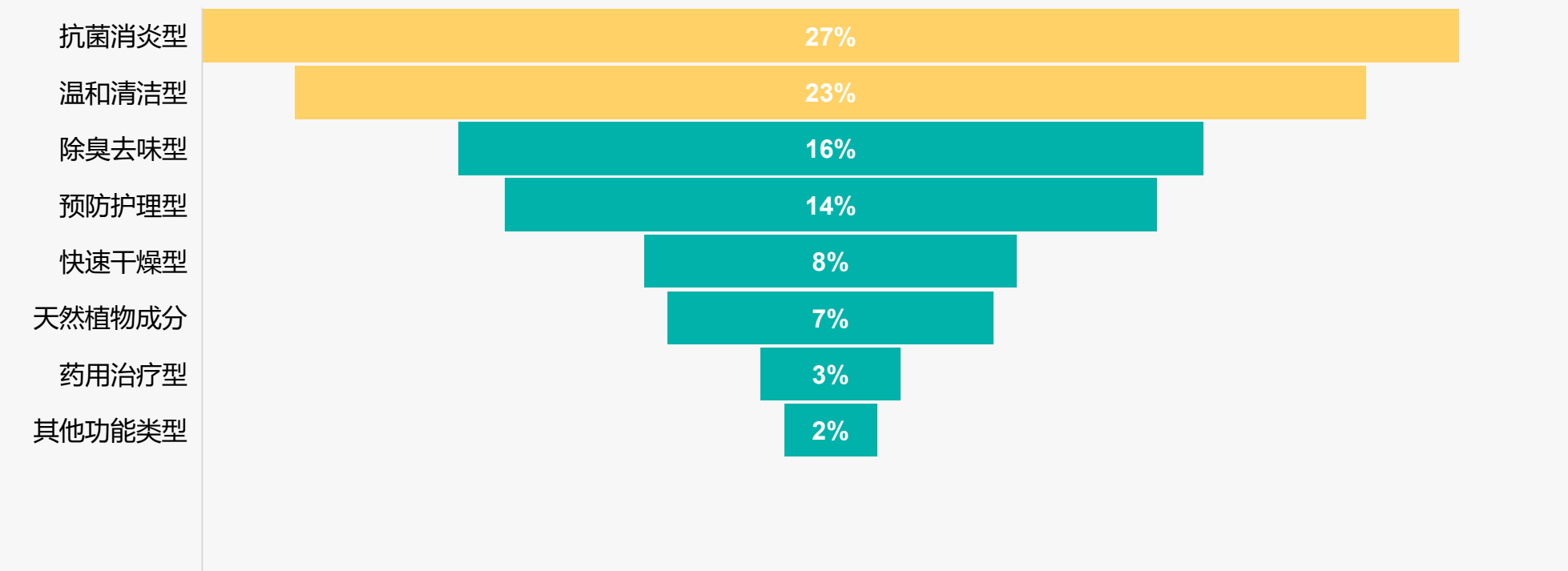
2025年中国宠物耳部清洁产品购买渠道分布



样本：宠物耳部清洁行业市场调研样本量N=1252，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

- ◆宠物耳部清洁产品功能偏好中，抗菌消炎型占27%，温和清洁型占23%，两者合计占50%，显示消费者高度关注清洁效果和健康护理。
- ◆除臭去味型占16%，预防护理型占14%，反映宠物主人重视日常维护和异味控制，其他功能类型比例较低，市场集中度高。

2025年中国宠物耳部清洁产品功能偏好分布

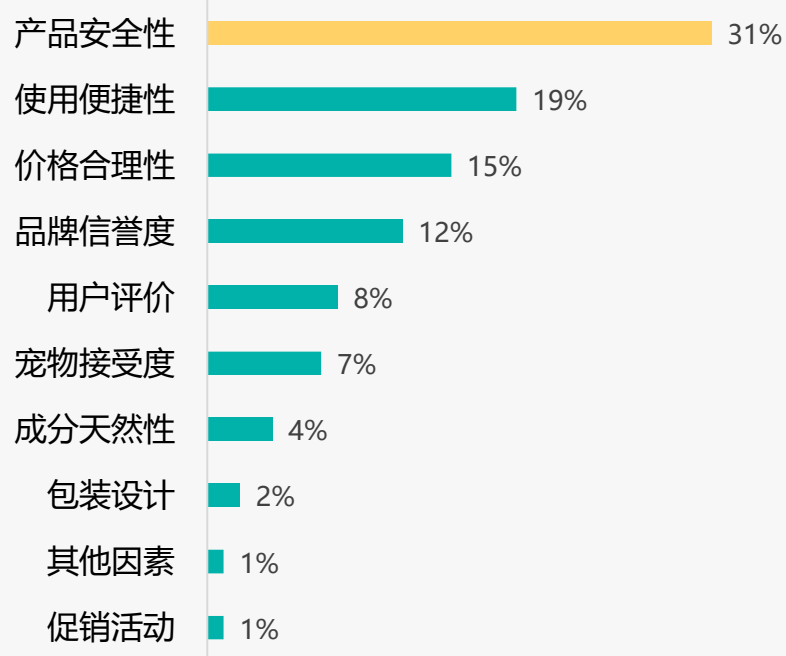


样本：宠物耳部清洁行业市场调研样本量N=1252，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

宠物耳部清洁 健康需求主导 安全为首选

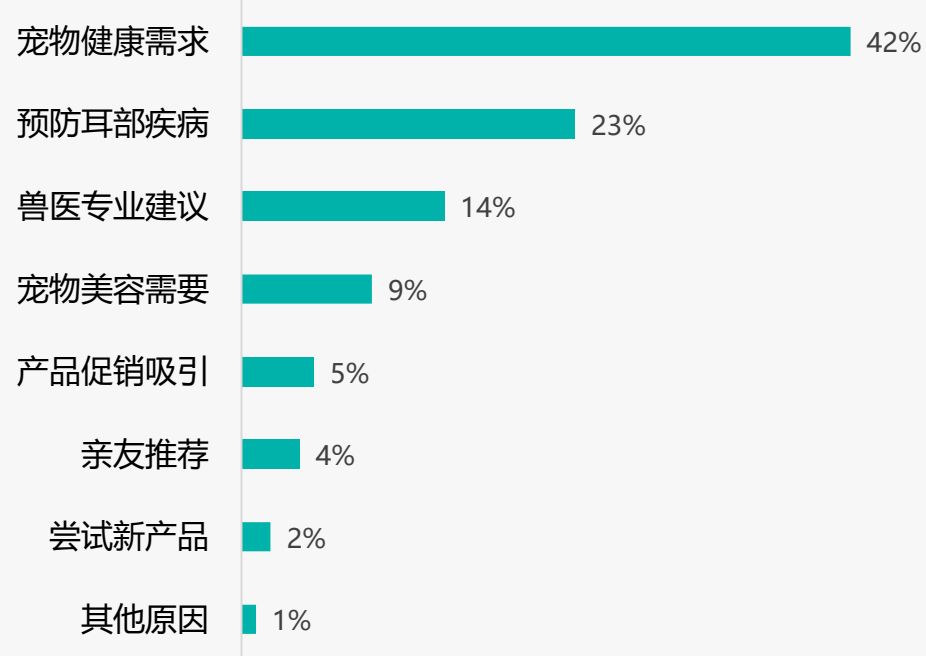
- ◆产品安全性以31%成为宠物耳部清洁产品选择的首要因素，远超使用便捷性（19%）和价格合理性（15%），突显消费者对宠物健康的高度重视。
- ◆购买原因中宠物健康需求占42%，预防耳部疾病占23%，合计达65%，显示消费者主要出于健康动机，兽医专业建议占14%也具影响力。

2025年中国宠物耳部清洁产品选择关键因素分布



样本：宠物耳部清洁行业市场调研样本量N=1252，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

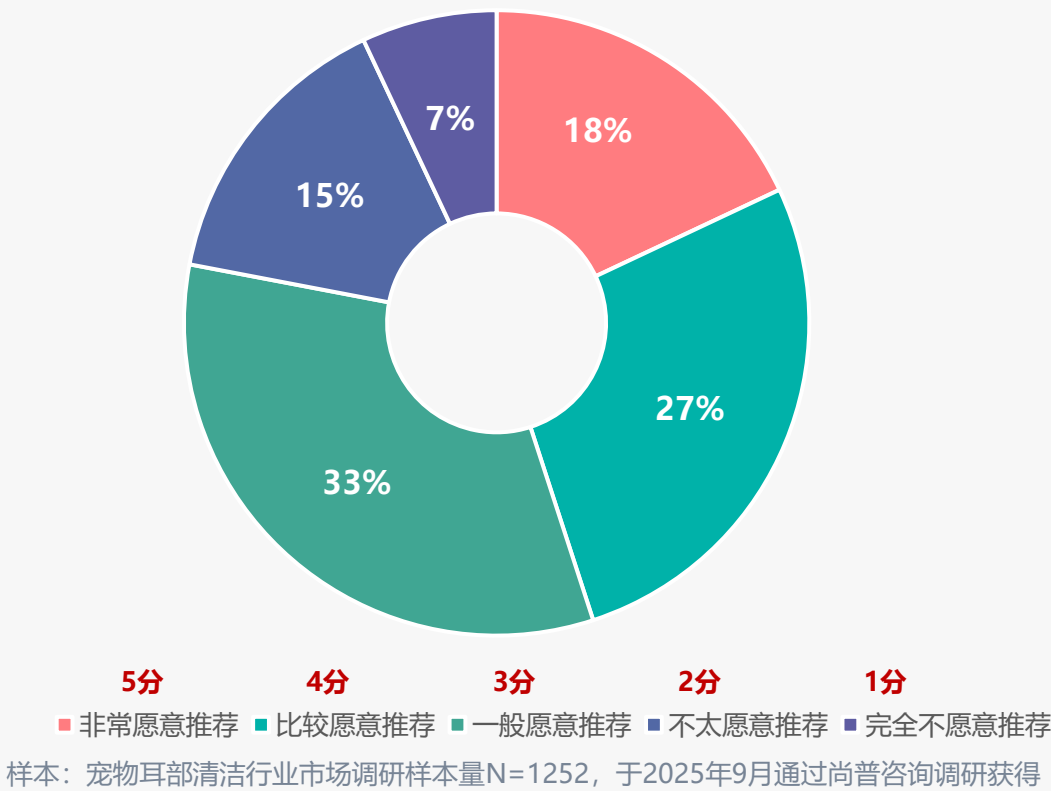
2025年中国宠物耳部清洁产品购买主要原因分布



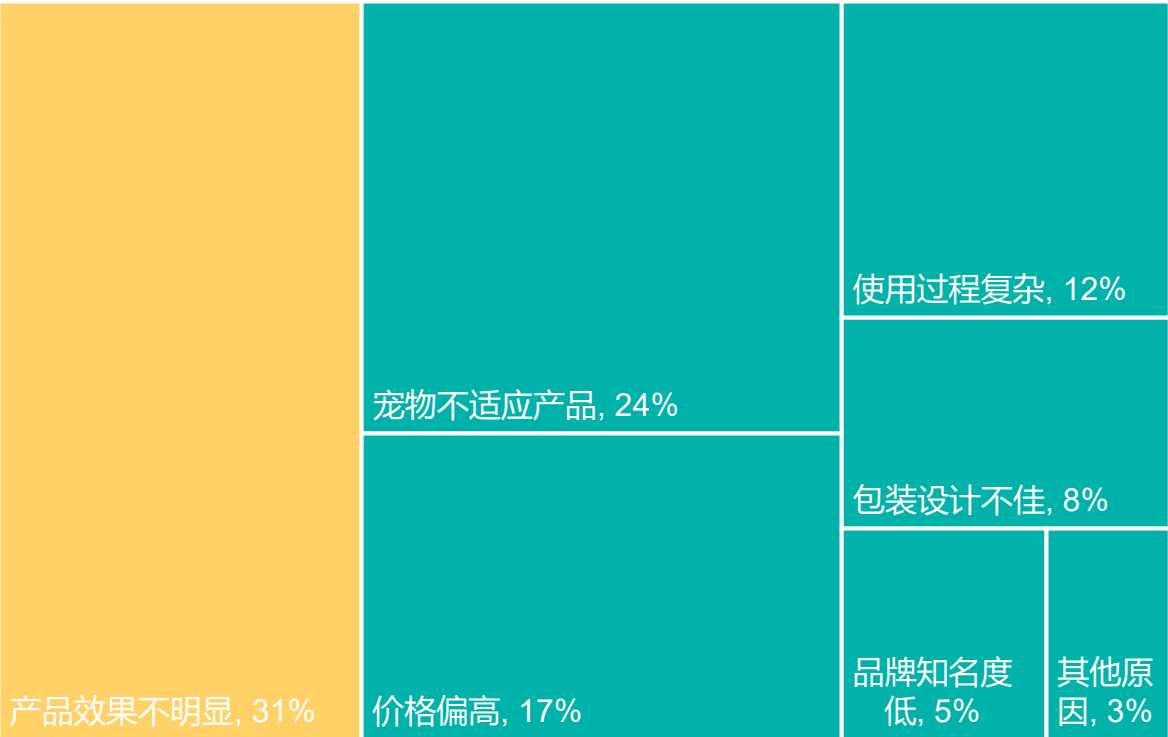
产品效果不佳 宠物体验差 推荐意愿低

- ◆宠物耳部清洁产品推荐意愿一般，一般愿意推荐占比33%，非常愿意推荐仅18%。不愿推荐主因是产品效果不明显31%和宠物不适应24%。
- ◆价格偏高17%和使用过程复杂12%也影响推荐。品牌和包装问题占比低，产品功效和宠物体验是核心痛点。

2025年中国宠物耳部清洁产品推荐意愿分布



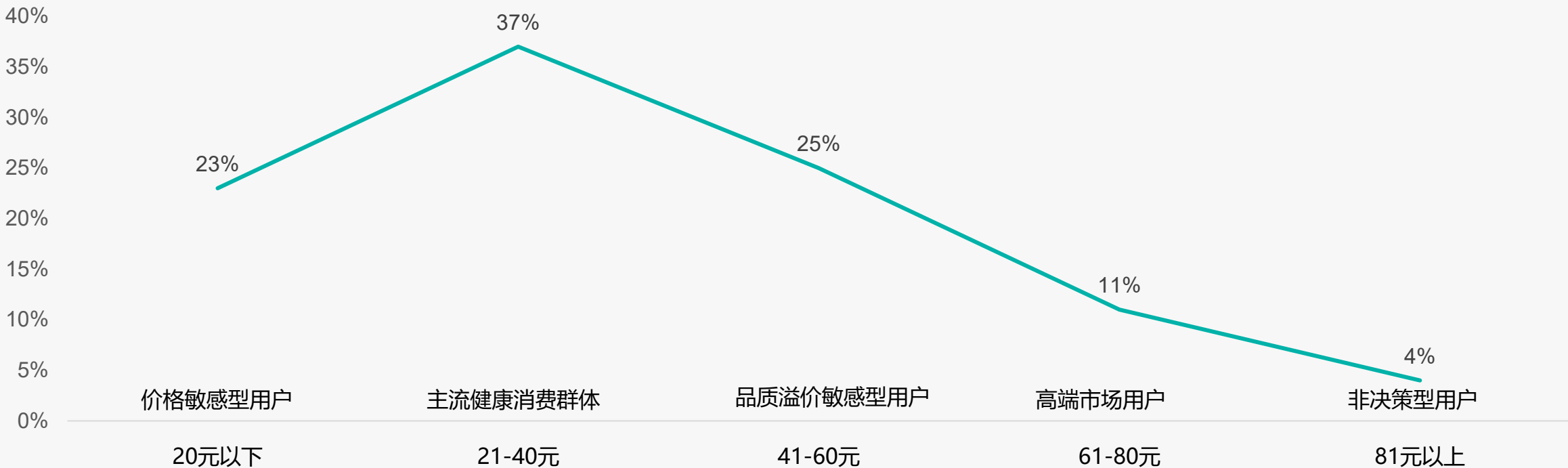
2025年中国宠物耳部清洁产品不推荐原因分布



宠物耳部清洁中低价位主导市场

- ◆宠物耳部清洁产品中，21-40元价格区间接受度最高，占比37%，显示消费者普遍偏好中低价位产品，市场潜力集中于此。
- ◆61-80元和81元以上高价区间占比仅11%和4%，表明高价产品接受度低，企业应聚焦中低价位以优化市场策略。

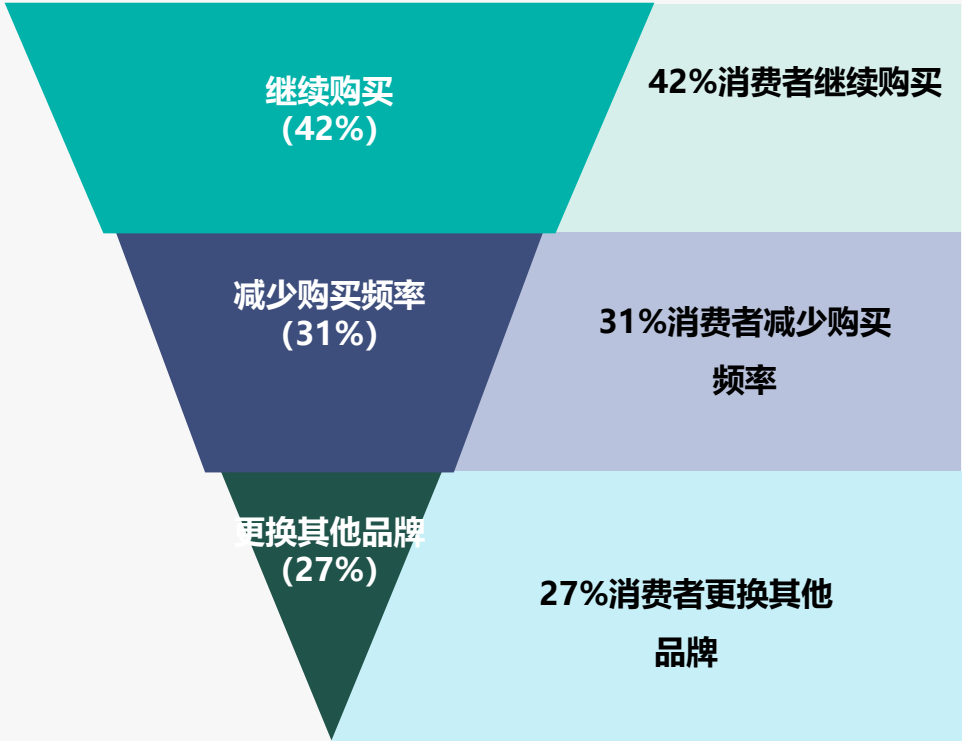
2025年中国宠物耳部清洁最受欢迎规格价格接受度分布



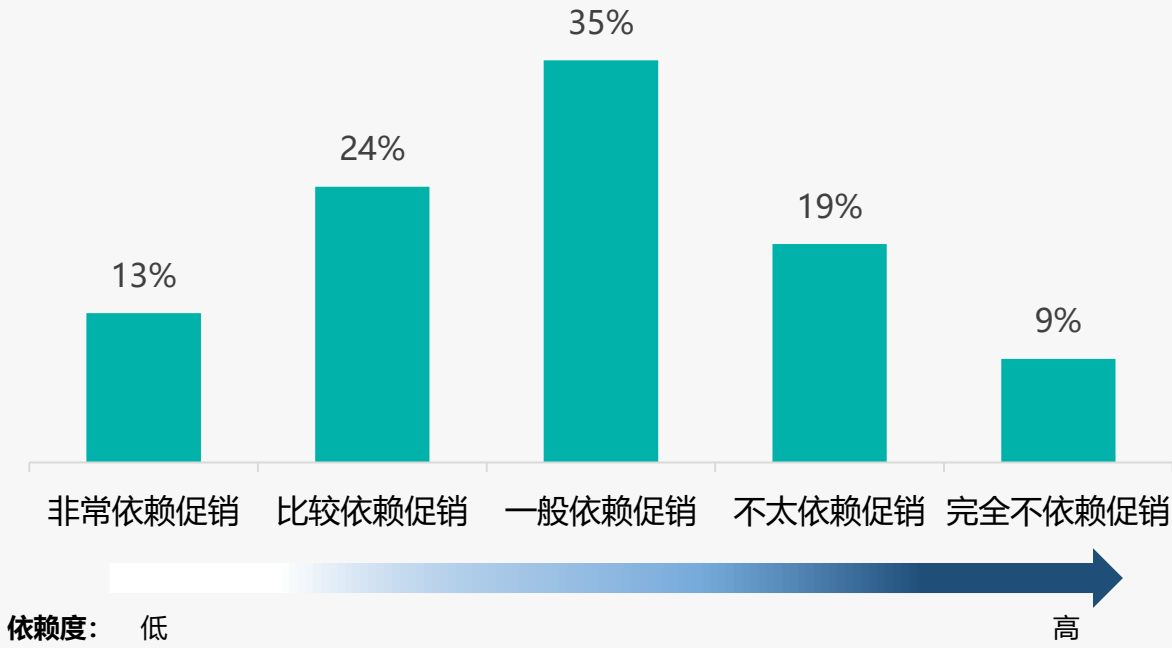
价格敏感度高 促销依赖中等

- ◆价格上涨10%后，42%消费者继续购买，31%减少购买频率，27%更换品牌，显示价格敏感度高，品牌忠诚度中等。
- ◆促销依赖度中，35%一般依赖，24%比较依赖，合计59%，表明多数消费者对促销有中等以上依赖，影响有限。

2025年中国宠物耳部清洁价格上涨10%后购买行为分布



2025年中国宠物耳部清洁促销活动依赖程度分布

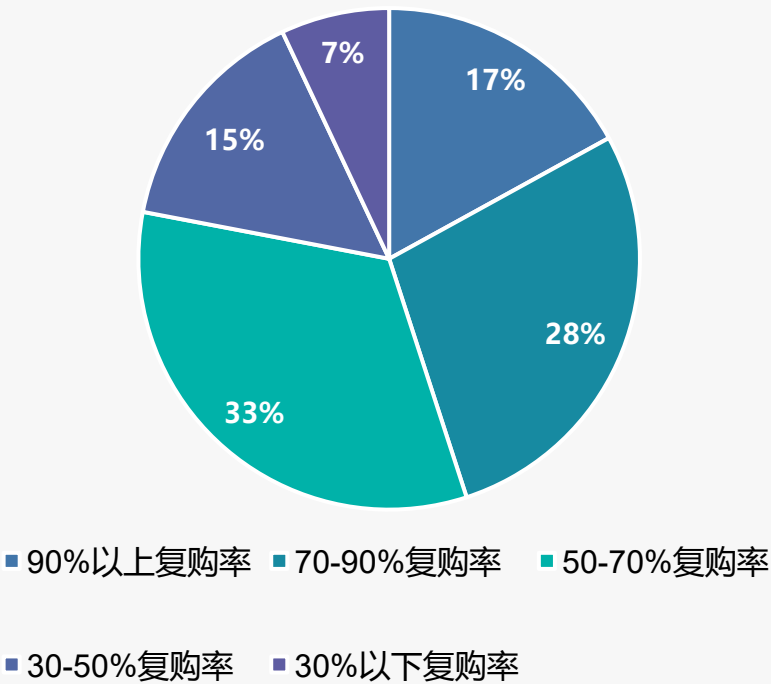


样本：宠物耳部清洁行业市场调研样本量N=1252，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

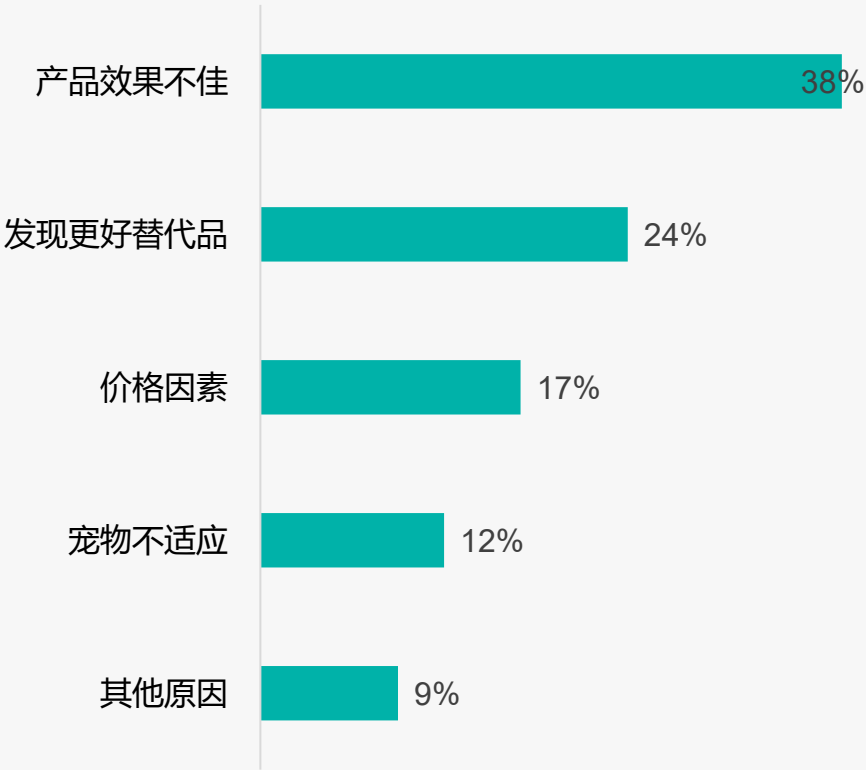
产品效果不佳是更换品牌主因

- ◆宠物耳部清洁品牌复购率分布显示，50-70%复购率占比最高为33%，90%以上复购率仅17%，表明消费者品牌忠诚度普遍中等偏低。
- ◆更换品牌原因中，产品效果不佳占比最高达38%，发现更好替代品占24%，显示产品效果是影响消费者决策的关键因素。

2025年中国宠物耳部清洁固定品牌复购率分布



2025年中国宠物耳部清洁品牌更换原因分布

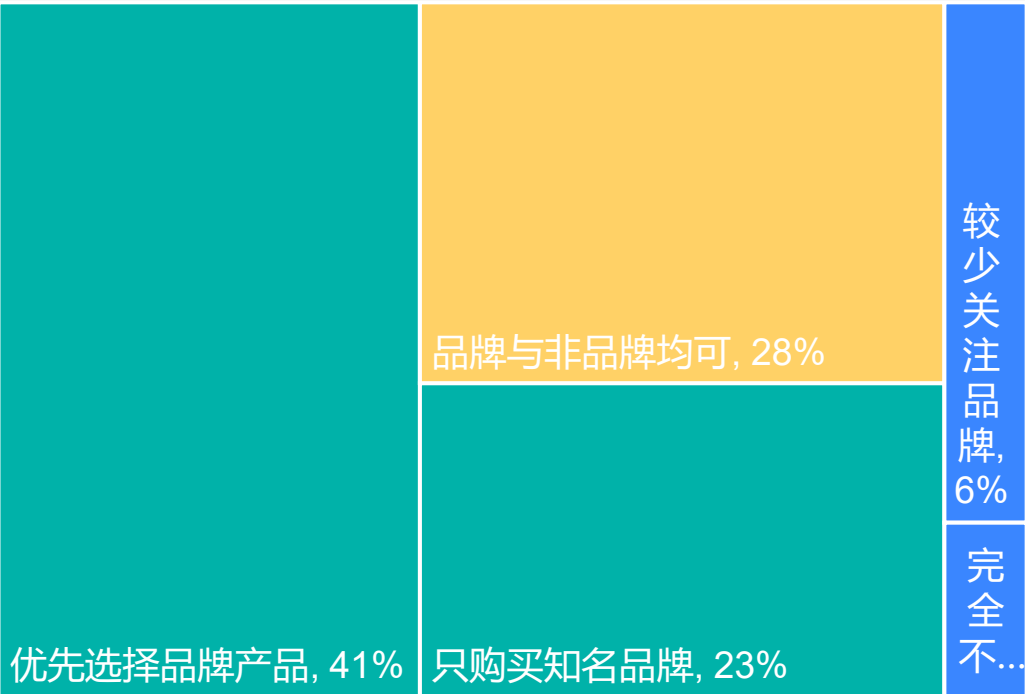


样本：宠物耳部清洁行业市场调研样本量N=1252，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

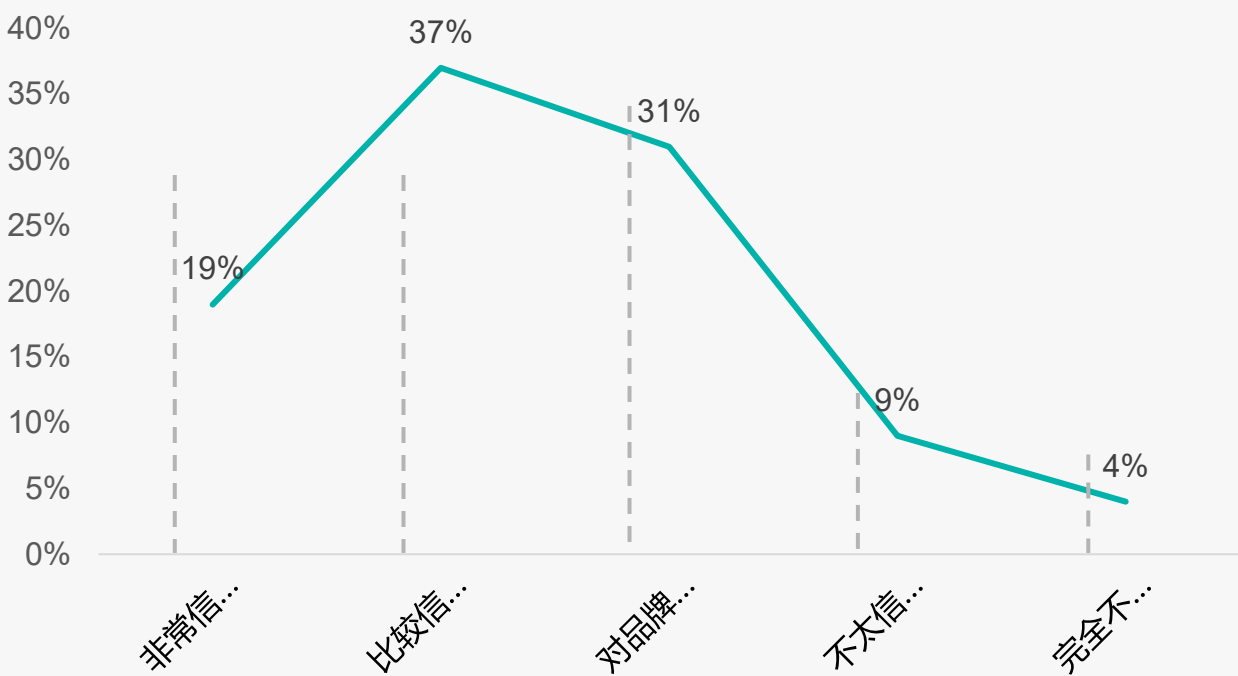
品牌偏好主导宠物耳部清洁消费

- ◆宠物耳部清洁产品消费者高度依赖品牌，64%优先或只购买品牌产品，其中23%只选知名品牌，41%优先选择品牌产品。
- ◆品牌信任度较高，56%非常或比较信任品牌，中立态度占31%，不信任仅13%，显示品牌在消费决策中起关键作用。

2025年中国宠物耳部清洁品牌产品购买意愿分布



2025年中国宠物耳部清洁品牌产品态度分布

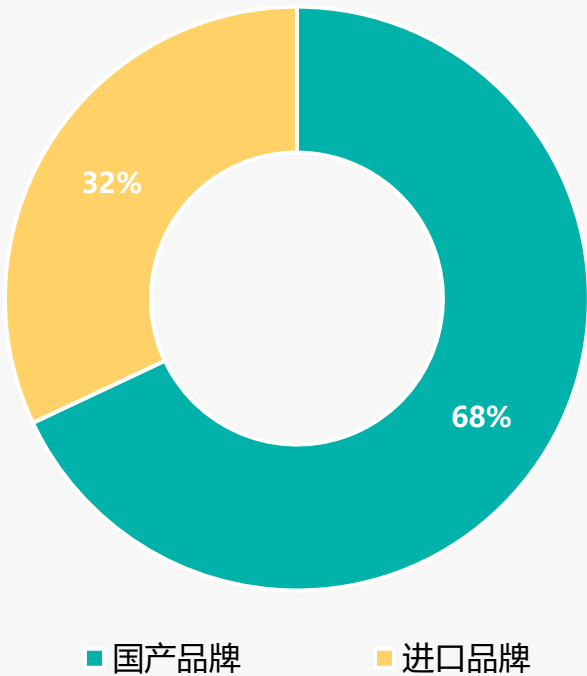


样本：宠物耳部清洁行业市场调研样本量N=1252，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

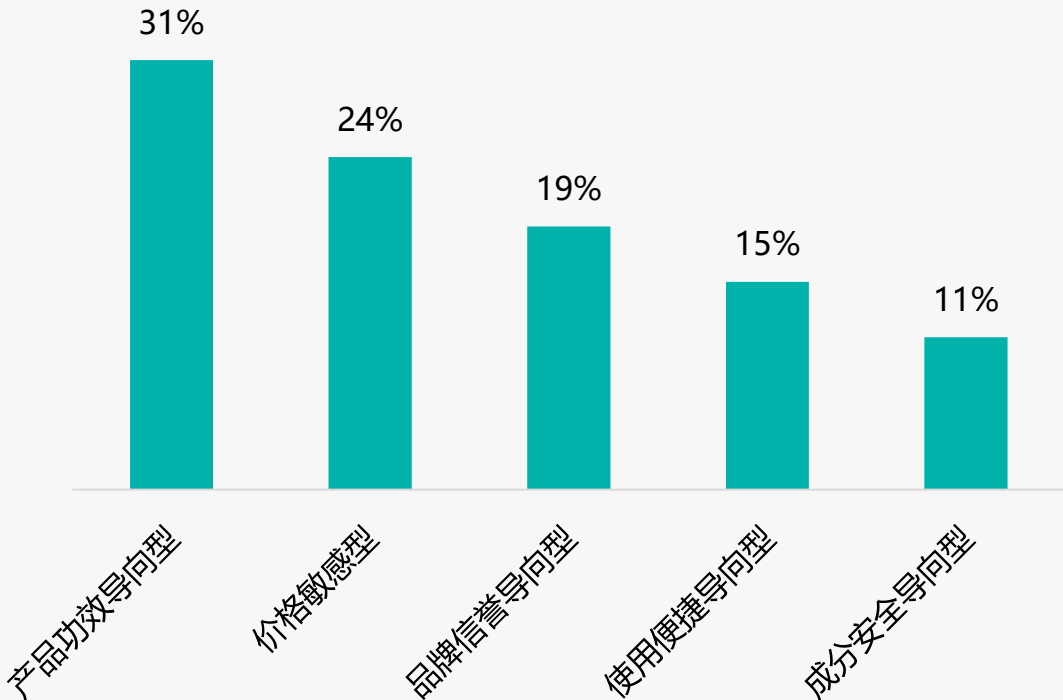
国产品牌主导 功效价格驱动

- ◆国产品牌在宠物耳部清洁市场占据68%份额，远超进口品牌的32%，显示消费者对本土产品偏好明显。
- ◆品牌偏好以产品功效导向型为主（31%），价格敏感型次之（24%），功效和价格是核心驱动因素。

2025年中国宠物耳部清洁国产和进口品牌消费分布



2025年中国宠物耳部清洁品牌偏好类型分布



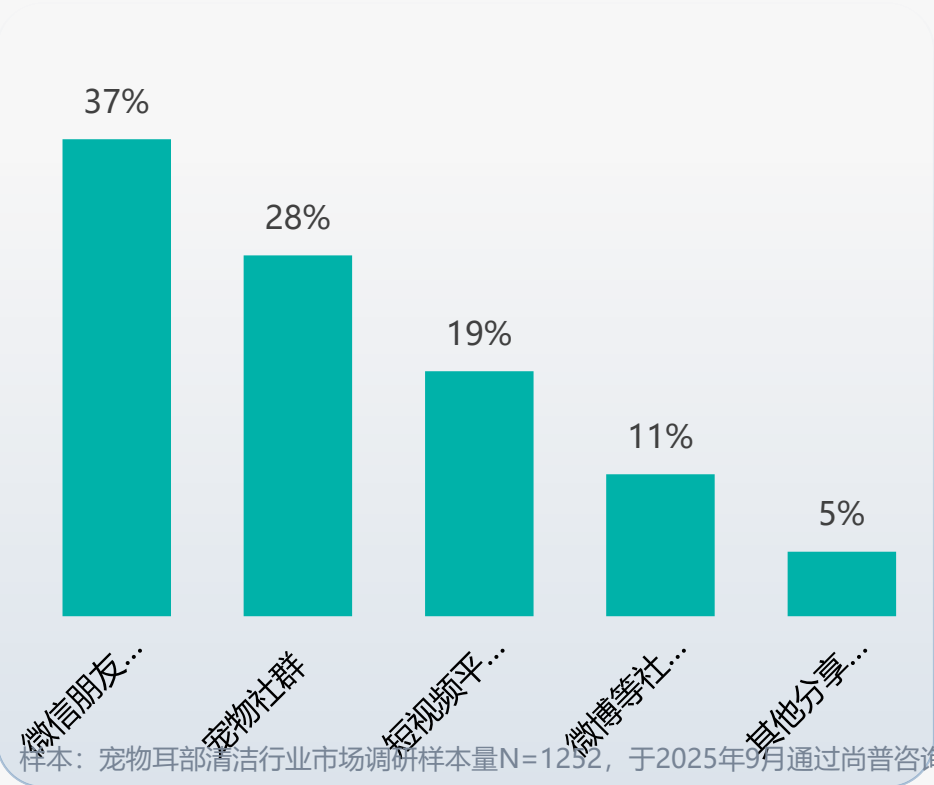
样本：宠物耳部清洁行业市场调研样本量N=1252，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

宠物护理分享社交为主 用户偏好实用知识

- ◆宠物护理经验分享以微信朋友圈（37%）和宠物社群（28%）为主，两者合计占比65%，显示社交圈层是核心分享渠道。
- ◆用户获取内容偏好产品使用体验分享（31%）和健康知识科普（27%），合计58%，而品牌促销信息仅占8%，吸引力低。

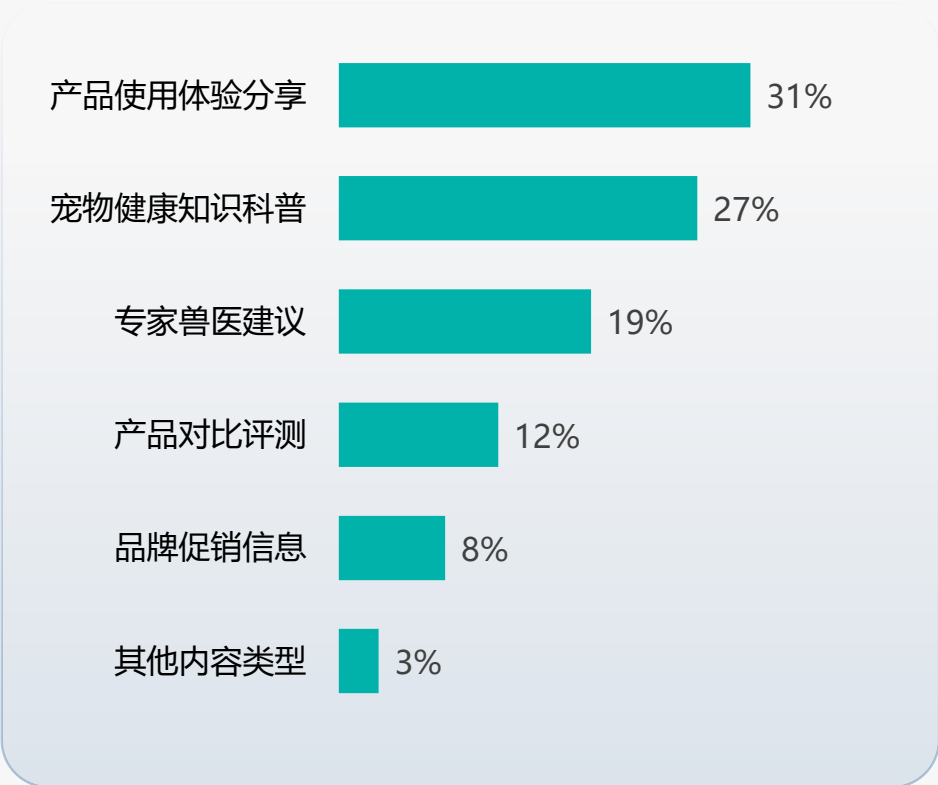
2025年中国宠物耳部清洁经验分享渠道分布

2025年中国宠物耳部清洁社交渠道内容类型分布



2025年中国宠物
耳部清洁经验分
享渠道分布

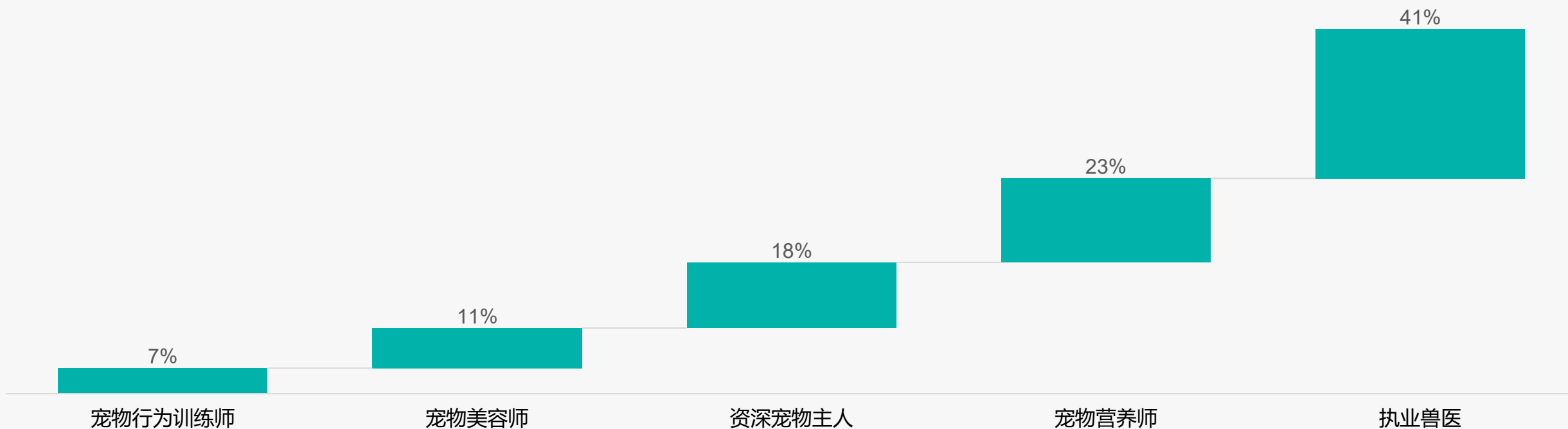
2025年中国宠物
耳部清洁社交渠道
内容类型分布



执业兽医主导宠物耳部清洁信任

- ◆执业兽医博主以41%的信任度占据主导地位，宠物营养师以23%紧随其后，显示消费者在耳部清洁领域最信赖专业医疗和营养知识。
- ◆资深宠物主人和宠物美容师分别占18%和11%，宠物行为训练师仅7%，表明经验分享和日常护理建议的影响力有限。

2025年中国宠物耳部清洁社交渠道博主类型分布

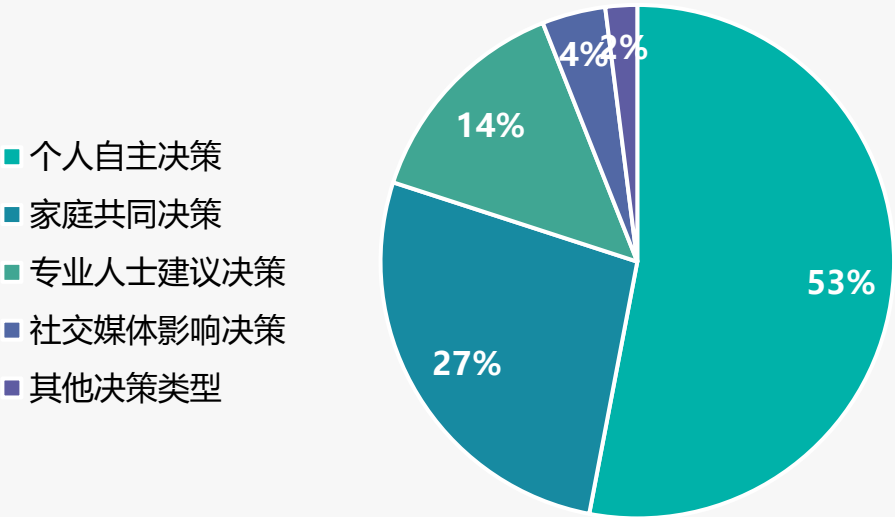


样本：宠物耳部清洁行业市场调研样本量N=1252，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

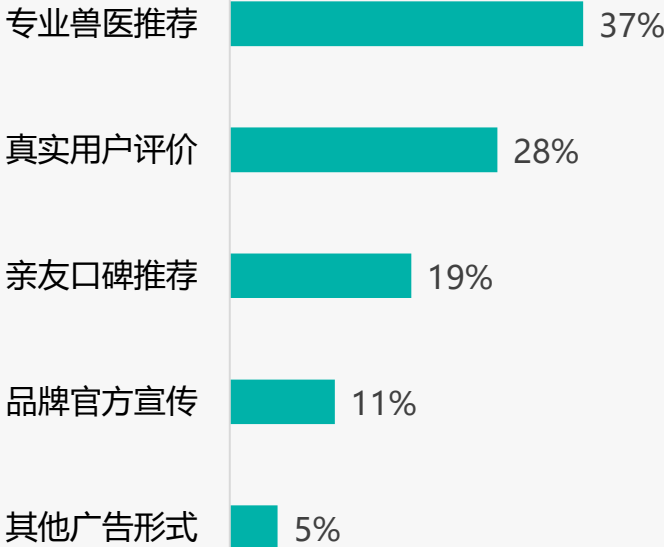
专业真实主导宠物耳部清洁广告

- ◆宠物耳部清洁广告偏好中，专业兽医推荐占比37%，真实用户评价占28%，亲友口碑推荐占19%，品牌官方宣传占11%，其他广告形式占5%。
- ◆数据显示消费者高度依赖专业权威和真实体验，专业兽医推荐和用户评价主导偏好，品牌官方宣传吸引力相对较低。

2025年中国宠物耳部清洁用品消费决策类型分布



2025年中国宠物耳部清洁用品广告信息偏好分布

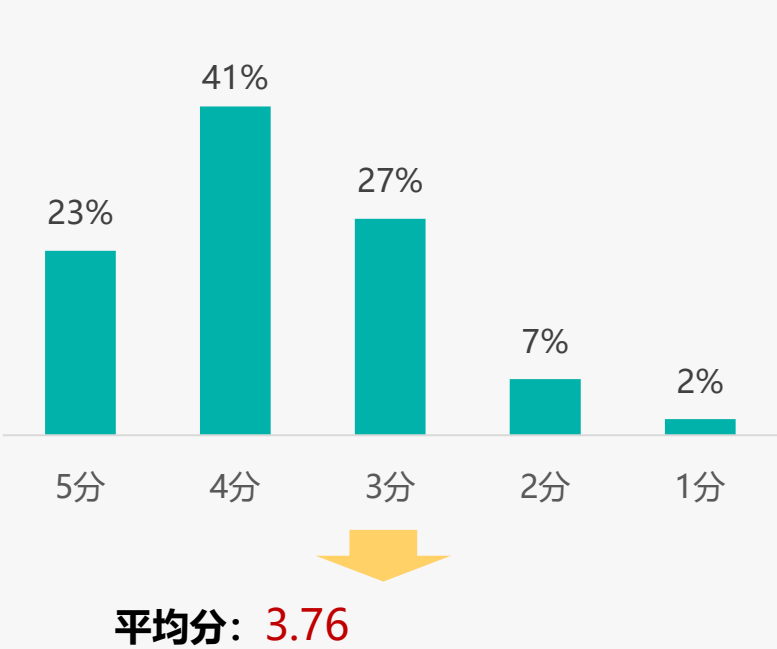


样本：宠物耳部清洁行业市场调研样本量N=1252，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

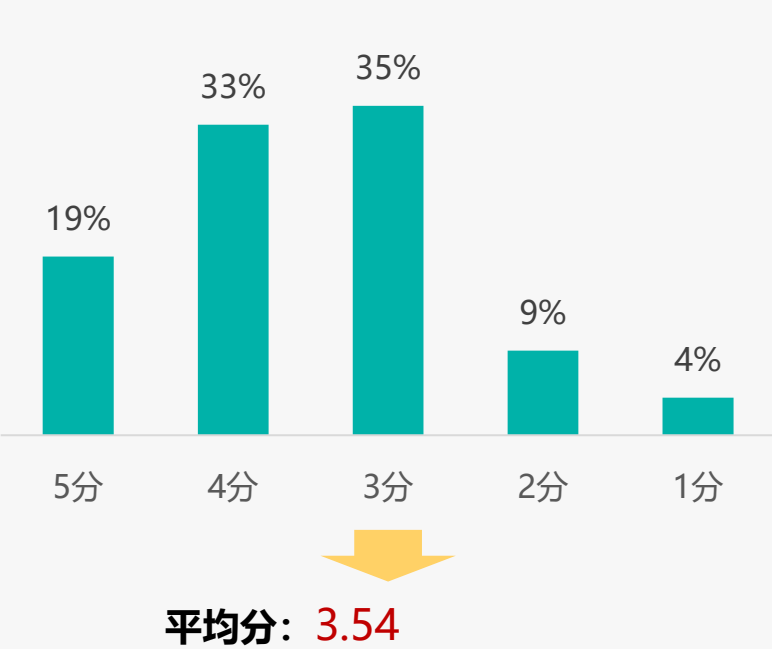
宠物用品线上购物满意退货待优化

- ◆线上购买宠物用品流程满意度较高，4分和5分合计达64%，其中4分占比41%，显示多数消费者对购物流程认可。
- ◆线上退货体验满意度相对较低，3分占比最高为35%，4分和5分合计仅52%，表明退货流程存在改进空间。

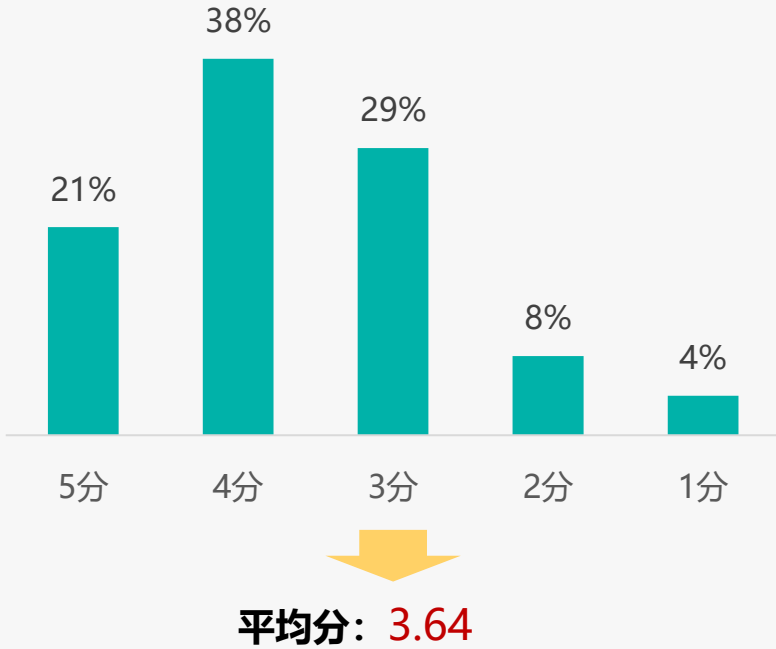
2025年中国宠物耳部清洁线上购买流程
满意度分布



2025年中国宠物耳部清洁线上退
货体验满意度分布



2025年中国宠物耳部清洁线上客服
服务满意度分布

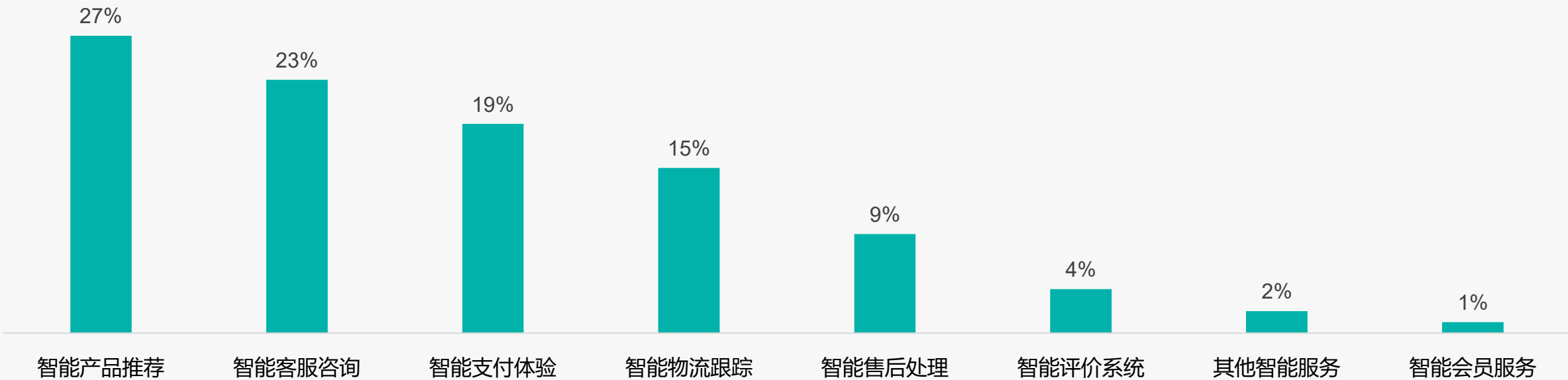


样本：宠物耳部清洁行业市场调研样本量N=1252，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

智能推荐主导 售后服务薄弱

- ◆智能产品推荐占比27%，智能客服咨询占23%，显示消费者在宠物耳部清洁中高度依赖个性化推荐和即时咨询，提升购买体验。
- ◆智能售后处理仅占9%，智能会员服务占1%，表明售后服务智能化不足，市场渗透率低，需优化以增强用户参与。

2025年中国宠物耳部清洁线上智能服务体验分布



样本：宠物耳部清洁行业市场调研样本量N=1252，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

2008年，北京尚普信息咨询有限公司作为独立的商业咨询机构成立，是中国最早成立的专业市场研究公司之一。是首批取得国家统计局涉外调查许可资质的咨询机构，2022年公司正式更名为尚普咨询集团，致力于为企业战略决策提供专业解决方案。

成立以来，尚普咨询集团一直作为独立的市场研究团体为企业、政府、科研院所提供战略转型、市场进入、行业投资可行性评估、竞争对手研究、消费者研究、海外市场开拓等方面的咨询与服务。尚普咨询集团累计完成各类咨询项目20000余项。

- ☎ 010-82885719 / 021-61397134 / 0755-89696476
- 💻 <http://www.survey.shangpu-china.com>
- 🏢 北京市海淀区东升科技园三期东畔科创中心B座6层、7层
- 🏢 上海市黄浦区河南南路33号新上海城市广场18层
- 🏢 深圳市福田区海田路1039-2中国凤凰大厦2栋26层



企 业 公 众 号



企 业 抖 音 号



企 业 小 红 书 号

版权声明

本报告由尚普咨询集团制作，其版权归属于尚普咨询集团。未经尚普咨询集团书面许可，任何组织和个人均不得以任何形式复制、传播或输出至中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告进行的相关商业行为，都将构成对《中华人民共和国著作权法》以及其他相关法律法规和国际公约的违反。

免责条款

本报告所呈现的行业数据、行业动态及市场趋势预测，源自尚普咨询集团专业团队综合运用多种研究手段，如深度桌面研究、精准行业访谈、全面市场调研等精心分析所得。同时，部分素材汲取自公开渠道，并融合尚普咨询集团独家监测数据，经由尚普咨询集团先进统计预测模型运算生成；企业相关数据大多通过实地访谈采集。尚普咨询集团在信息处理过程中，竭尽全力确保信息的精确性、全面性与可信度，但受限于研究环境的复杂多变，难以做到万无一失，故不作绝对保证。

在此郑重声明，本报告中所含信息及观点，均不具备指导性建议的性质。本报告中所展示的调研数据，基于样本调研方式获取。鉴于调研样本的局限性、调研方法的特定性以及调查资料收集范围的约束，该数据仅能呈现特定调研时段及样本群体的概况，仅针对本次调研目标提供基础参考，助力市场与客户把握基本态势。受制于研究方法和数据资源的边界，本报告仅作为用户了解市场动态的辅助资料，尚普咨询集团对报告内的数据及观点，不承担任何法律责任。



尚普咨询集团

SHANGPU GROUP

让世界爱上中国品牌

Win The Hearts of The World With Chinese Brands